



**TEKNOLOGISK
INSTITUT**

Vækst på Bornholm - barrierer og potentialer

**Rapport til det midlertidige Vækstforum for Bornholm
3. marts 2006**

**Teknologisk Institut
Center for Regional- og Turismeforskning**

Vækst på Bornholm

- barrierer og potentialer

Udarbejdet af

Jens Henrik Haahr
Tine Andersen
Anders Hedetoft
Henrik Noes Piester
Søren Teglgaard Jakobsen

Indhold

1.	Konklusion: Indsatsområder for Vækstforum Bornholm.....	4
1.1.	Tværgående rammebetingelser	5
1.2.	Menneskelige resurser	7
1.3.	Innovation.....	9
1.4.	Informations- og kommunikationsteknologi	10
1.5.	Iværksætterier	11
2.	Indledning.....	13
2.1.	Undersøgelsens fokus.....	13
2.2.	Den regionale konkurrenceevne model	14
2.3.	Læsevejledning.....	14
3.	Det bornholmske udgangspunkt.....	16
4.	Fødevarer.....	19
4.1.	Fødevarer.....	19
4.2.	Virksomhedernes forslag til indsatsområder	21
4.3.	Vurdering	23
5.	Transport og logistik	26
5.1.	Transportklyngen på Bornholm	26
5.2.	Virksomhedernes forslag til indsatsområder	28
5.3.	Vurdering	30
6.	Turisme og oplevelsesøkonomi.....	33
6.1.	Turismeklyngen på Bornholm.....	33
6.2.	Virksomhedernes forslag til indsatsområder	36
6.3.	Vurdering	38
7.	Maskiner og teknik.....	41
7.1.	Maskinklyngen på Bornholm	41
7.2.	Virksomhedernes forslag til indsatsområder	43
7.3.	Vurdering	44
8.	Bygge- og anlæg samt byggematerialer	47
8.1.	Byggeriklyngen på Bornholm	47
8.2.	Virksomhedernes forslag til indsatsområder	49
8.3.	Vurdering	50
9.	Medier og kommunikation mv.	52
9.1.	Medier og kommunikation på Bornholm	52
9.2.	Virksomhedernes forslag til indsatsområder	53
9.3.	Vurdering	55
	Bilag 1: Vækst på Bornholm - begrundet idékatalog	57
	Bilag 2: Liste over deltagende virksomheder / institutioner	78

1. Konklusion: Indsatsområder for Vækstforum Bornholm

Det midlertidige Vækstforum for Bornholm gennemførte den 20. februar 2006 et prioriteringsseminar. Målet var at pege på særligt lovende indsatsområder, som kan indgå i den samlede erhvervsudviklingsstrategi for øen. Det bliver det permanente Vækstforums opgave at færdiggøre en sådan samlet erhvervsudviklingsstrategi.

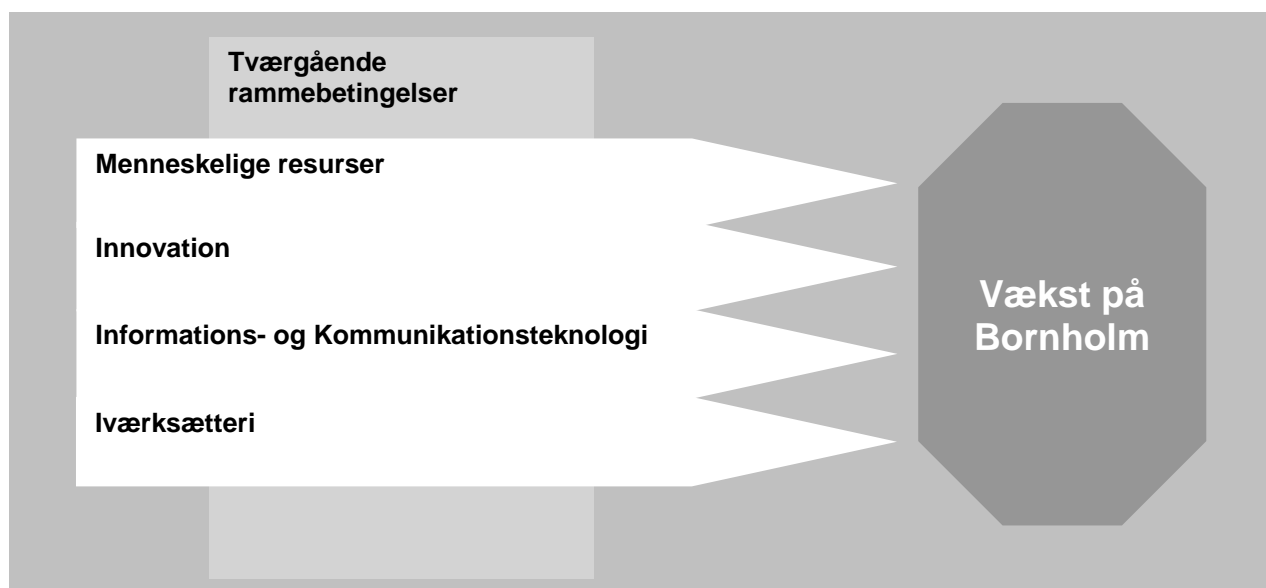
Grundlaget: Virksomhedsundersøgelse blandt 31 virksomheder

Grundlaget for diskussionerne på prioriteringsseminaret var en undersøgelse, som Teknologisk Institut og Center for Regional- og Turismeforskning har gennemført i januar og februar 2006. I undersøgelsen indgik besøg hos 31 bornholmske virksomheder, fordelt på 6 erhvervs-mæssige klynger i eksportorienterede erhverv med fremgang i beskæftigelsen. Desuden indgik interviews med 4 fremtrædende erhvervsfremmeaktører på øen.

Fokus på tværgående rammebetingelser og 4 vækstfaktorer

Diskussionerne på prioriteringsseminaret blev struktureret af de 4 ”vækst-drivere” i den regionale konkurrenceevnemodel, dvs. innovation, menneskelige resurser, IKT og iværksætter. På baggrund af konklusionerne fra virksomhedsundersøgelsen indgik også en række tværgående rammebetingelser, som er særligt vigtige for udviklingen på Bornholm. De 5 grupper af faktorer, som der lægges vægt på, er illustreret i figur 1.1.

Figur 1.1. Tilpasset konkurrenceevnemodel



I dette kapitel præsenteres resultaterne af prioriteringsseminaret, dvs. det Midlertidige Vækstforums prioriterede indsatsområder for en styrket erhvervsudvikling på Bornholm. Medlemmerne af det midlertidige vækstfo-

rum har været enige om, at der er behov for mål og konkrete indsatser på alle de 5 områder, som indgår i figur 1.1.

Grundlaget for diskussionen på prioriteringsseminaret den 20. februar forefindes i kapitel 2-9 og i bilag 1. Kap. 2 præsenterer undersøgelsen, mens kap. 3-9 indeholder analysen af barrierer og potentialer for vækst i de 6 erhvervsklynger. Bilag 1 indeholder det begrundede idékatalog, som det midlertidige Vækstforum har diskuteret, og bilag 2 indeholder en liste over de virksomheder mv., som har indgået i virksomhedsundersøgelsen.

1.1. Tværgående rammebetingelser

Med etableringen af Bornholms Regionskommune og det regionale Vækstforum for Bornholm har øen fået en unik mulighed for at udvikle og effektivt gennemføre en overordnet erhvervsudviklingsstrategi.

En bred rolle for Vækstforummet i tilrettelæggelsen af erhvervsindsatsen

Det midlertidige Vækstforum foreslår på den baggrund, at det permanente Vækstforum påtager sig en overordnet koordinerende rolle for den bornholmske erhvervsfremmeindsats.

Indsatsområde 1: En velorganiseret strategisk erhvervsudviklingsindsats

Overordnede mål

- Vækstforum Bornholm vil styrke erhvervsudviklingen på øen ved at fremlægge visioner, strategier og konkrete forslag og invitere til et bredt samarbejde om deres gennemførelse.
- Vækstforum Bornholm vil løbende informere og inddrage øens virksomheder i debatten om udvikling og gennemførelse af den regionale udviklingsstrategi.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for den bedst mulige organisering og koordinering af indsatsen for erhvervsudvikling på øen.

Indsatsfelt: Strategi og inddragelse

- Vækstforum Bornholm vil udvikle en bred, langsigtet strategi for erhvervmæssig udvikling af Bornholm. Den brede offentlighed vil få mulighed for at debattere strategien.
- Vækstforum Bornholm vil jævnligt fremlægge analyser, evalueringer, anbefalinger mm., som følger op på strategien, og formulere forslag til nye indsatser. Vækstforumet vil løbende informere offentligheden om vækstforumets mål og aktiviteter.

Indsatsfelt: Organisering og koordinering

- Vækstforum Bornholm vil arbejde på, at anvendelsen af midlerne fra EUs landdistriktsprogram koordineres tæt med anvendelsen af midlerne fra EUs Strukturfonde fra 2007.
- Vækstforum Bornholm vil undersøge mulighederne for, at den udførende del af den bornholmske erhvervsfremmeindsats placeres under ét tag for at styrke koordination, samarbejde og synergi på tværs af de forskellige indsatsområder.

Fokus på trafikalt tilgængelighed

God tilgængelighed til Bornholm i form af gode og hyppige og så vidt muligt også billige færge- og flyforbindelser er en afgørende rammebetingelse for erhvervsudviklingen på øen. Det midlertidige Vækstforum lægger stor vægt på dette indsatsområde:

Indsatsområde 2: God trafikalt tilgængelighed

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at tilgængeligheden til øen bliver forbedret. Forbedret tilgængelighed indebærer hurtige og fleksible transportmuligheder til og fra øen, med så lave omkostninger for brugerne som muligt.

Indsatsfelt: Bedre færge- og flyforbindelser og mere effektiv anvendelse af støtte

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at de offentlige tilskud til færgebetjeningen af øen anvendes, så de giver den bedst mulige tilgængelighed for pengene. En opprioritering af Ystad – Rønne ruten og en nedprioritering af Køge – Rønne ruten er en nærliggende mulighed.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at fjerne de administrative hindringer, som hæmmer transit-trafikken fra Sjælland over Sverige til Bornholm.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for hyppige og billige flyforbindelser fra Rønne til København.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for etablering af flyforbindelser fra Bornholm til flere storbyer i turistsæsonen, f.eks. Stockholm, Berlin og London.
- Vækstforum vil få belyst de regionale økonomiske konsekvenser af forskellige udviklingsmuligheder for transport til og fra øen.

Indsatsfelt: Effektive og billige fragtruter

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for effektive og billige fragtruter til det øvrige Danmark, Tyskland, Polen og Sverige.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der er konkurrence på fragtmarkedet og for lige konkurrencevilkår for udbydere af fragtransport.
- Vækstforum Bornholm vil undersøge, om markedet for fragtbetjening af Bornholm er præget af ulige konkurrencevilkår.

Markedsføring af Bornholm

Der er i de senere år sket en styrkelse af den koordinerede markedsføring af Bornholm. Imidlertid er der et potentiale i en yderligere styrkelse af markedsføringen af øen, rettet ikke blot imod turisme og promovning af fødevarer, men også imod at tiltrække kvalificeret arbejdskraft og nye grupper af tilflyttere mere generelt, samt potentielle investorer og iværksættere. Det midlertidige Vækstforum for Bornholm prioriterer dette indsatsområde højt.

Indsatsområde 3: Markedsføring af Bornholm

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm vil stille sig i spidsen for udviklingen af en overordnet strategi for branding og markedsføring af øen som et godt sted at bo, drive virksomhed og holde ferie.

Indsatsfelt: Branding af Bornholm

- Vækstforum Bornholm vil nedsætte en arbejdsgruppe, der med bistand fra relevante eksperter vil komme med oplæg til, hvordan Bornholm skal brandes.
- Vækstforum Bornholm vil tilskynde til, at såvel offentlige myndigheder og virksomheder som private virksomheder gør brug af materialer udformet i forbindelse med brandingstrategien.
- Vækstforum Bornholm vil uddele en årlig "BrandingBornholm"-pris, til den offentlige eller private virksomhed, som på den bedste måde har bidraget til den overordnede branding af Bornholm overfor omverdenen.

Indsatsfelt: Målrettet markedsføring og støtte til salg / eksport

- Vækstforum Bornholm vil støtte videreførelsen og styrkelsen af markedsføringsinitiativet *Destination Bornholm*. På baggrund af den turiststrategi, Vækstforum Bornholm i øjeblikket udarbejder, kan Destination Bornholm udforme et oplæg til en flerårig handlingsplan og budget herfor, som kan diskuteres med Vækstforummet.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for en videreførelse af ordningen med en "fødevareambassadør" for Bornholm.
- Vækstforum Bornholm vil, indenfor rammerne af den relevante lovgivning, arbejde for at der etableres en ordning for eksportudvikling, hvor eksperter i praktisk eksportudvikling kan fungere som udviklingsmedarbejder mht. eksportudvikling i en afgrænset periode i virksomheder, som ønsker at satse på eksportvækst.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der gennemføres aktiviteter målrettet mod at styrke små og mellemstore virksomheders arbejde med afsætning, herunder samarbejde med grossister.

1.2. **Menneskelige resurser**

Udviklingsbehovene indenfor området menneskelige resurser findes på flere områder på Bornholm. Det midlertidige Vækstforum prioriterer på den baggrund de følgende indsatser højt:

Højnelse af det generelle uddannelsesniveau

Der er for det første behov for en generel højnelse af uddannelsesniveaueet på øen. Det generelle uddannelsesniveau er for lavt, og der er en for stor andel af hver ungdomsårgang, som ikke opnår en kompetencegivende uddannelse.

Indsatsområde 4: Styrkelse af uddannelsesniveaet på Bornholm

Overordnede mål

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at højne det generelle uddannelsesniveau på øen.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at en større andel af hver ungdomsårgang på øen opnår en kompetencegivende uddannelse.

Indsatsfelt: Efter- og videreuddannelse

- Forummet vil arbejde for, at midlerne i den aktive arbejdsmarkedspolitik kan anvendes effektivt til opkvalificering af ledige, også ledige som er berørt af sæsonarbejdsløshed. Dette kan indebære, at de eksisterende regler på området skal ændres.
- Forummet vil stille sig i spidsen for en gennemgang af de aktiviteter, der pt. gennemføres for at fastholde unge i uddannelsessystemet på øen, og – hvor behovet viser sig - tage initiativ til nye aktiviteter, som skal styrke fastholdelsen.

Kompetenceudvikling i øens virksomheder

Virksomhedsundersøgelsen peger på, at der er behov for en styrkelse af kompetencerne i øens virksomheder, både på lederniveau og blandt medarbejderne.

Indsatsområde 5: Styrkelse af virksomhedernes uddannelsesindsats

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at virksomhederne øger deres efter- og videreuddannelsesindsats.

Indsatsfelt: Gennemgang af og information om uddannelses tilbud

- Vækstforummet vil tage initiativ til, at udbuddet af efter- og videreuddannelse på øen gennemgås i samarbejde med repræsentanter for erhvervslivet, og at der - hvis gennemgangen peger på behovet - udvikles uddannelses tilbud målrettet virksomhedernes behov.
- Vækstforummet vil arbejde for, at der gennemføres en kampagne, som skal informere virksomheder på øen om de uddannelsesmuligheder, som er til rådighed.

Indsatsfelt: Lederudvikling i bornholmske virksomheder

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at bornholmske virksomhedsledere styrkes gennem målrettede lederudviklingstilbud.
- Forummet vil tage initiativ til, at der skabes lederudviklingsprogrammer, som er målrettet behovene indenfor de vigtigste erhvervsmæssige områder på Bornholm.
- Forummet vil arbejde for, at der indenfor lovgivningens rammer etableres gunstige rammevilkår for virksomheder, som ønsker at give deres ledere en relevant kompetencegivende uddannelse.
- Forummet vil tage initiativ til, at relevante tilbud markedsføres offensivt.

Mangel på kvalificeret arbejdskraft er et problem

Virksomhedsundersøgelsen peger på, at mangel på kvalificeret arbejdskraft på visse områder er et problem for den erhvervsmæssige udvikling på Bornholm. På den baggrund prioriterer det midlertidige Vækstforum det følgende indsatsområde:

Indsatsområde 6: Tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at tiltrække flere personer med relevante videregående uddannelser til øen.

Indsatsfelt:

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til en målrettet kampagne for at tiltrække kvalificeret arbejdskraft. Kampagnen kan gennemføres på Sjælland, i Sydsverige, i det nordlige Tyskland og i det nordlige Polen og kan være rettet mod de mest efterspurgte grupper af medarbejdere. Kampagnen kan understøtte branding af Bornholm som f.eks. et godt, smukt, billigt og trygt sted at bo og arbejde.
- Vækstforum vil i samarbejde med Bornholms Regionskommune arbejde for, at der ved gennemgangen af kommunal- og lokalplanlægning skabes nye muligheder for opførelse af tidssvarende og attraktive boliger på øen.
- Vækstforummet vil arbejde for at bornholmske virksomheder hvor relevant søger at rekruttere kvalificeret arbejdskraft uden for øens grænser og at rammebetingelserne herfor er gode.
- Forummet vil tage initiativ til, at der etableres en database over unge der flytter fra øen mhp. at uddanne sig samt andre personer med en særlig tilknytning til Bornholm. Databasen kan anvendes i forbindelse med tiltrækning af relevant arbejdskraft, men også i forbindelse med mere generel markedsføring af øen.
- Forummet vil arbejde for, at Bornholmske virksomheder gør omfattende brug af ordningen med *Videnpiloter* inden for ”Viden Flytter Ud”-programmet. Målet er at mindst 20 bornholmske virksomheder har tilknyttet en videnpilot inden udgangen af 2006.

1.3. Innovation

Innovation på Bornholm er drevet af priskonkurrence, af kundebehov og af virksomhedslederens evne og vilje til at udvikle deres virksomheder på den baggrund.

Innovation skal fremmes på bornholmske vilkår

Innovation i bornholmske virksomheder bør på den baggrund fremmes på bornholmske vilkår, dvs. med udgangspunkt i praktisk produktudvikling, praktisk erfaringsudveksling og lignende.

I den forbindelse er det vigtigt, at de bornholmske erhvervs-klynger endnu kun er klynger af navn og ikke af gavn: Der er behov for at styrke virksomhedernes samarbejde om udvikling, på virksomhedernes præmisser

På den baggrund prioriterer det midlertidige Vækstforum den følgende indsats mht. innovation:

Indsatsområde 7: Klyngebaseret innovation

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm ønsker at fremme innovation og udvikling i øens virksomheder gennem klyngedannelse og netværk.
- Vækstforummet prioriterer at støtte de virksomheder, som har viljen til at udvikle sig.

Indsatsfelt: Klyngedannelse og innovation i netværk

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der skabes samarbejde mellem relevante grupper af virksomheder om udvikling og innovation. Forummet vil facilitere dannelse af netværk gennem praktisk bistand. Forummet vil tage initiativ til at stimulere udviklingsorientering i virksomhederne og i netværkene ved at få præsenteret relevante ”sucehshistorier” fra innovative virksomheder.
- Forummet vil arbejde for brobygning mellem virksomheder og relevante vidensinstitutioner eller ”vidensvirksomheder”. Brobygningen kan foregå indenfor rammerne af klyn-gesamarbejder og kan understøttes af Bornholms Erhvervscenter og Bornholms Erhvervsskole.

Indsatsfelt: Brugerdreven innovation i turismesektoren

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til en styrkelse af den brugerdrevne innovation indenfor turismesektoren.
- Forummet vil tage initiativ til, at der udarbejdes et oplæg om, hvordan brugerdreven innovation i turismen bedst muligt kan fremmes, til gavn for det samlede turisterhverv. Fokus vil være på aktuelle og potentielle brugeres oplevelse, ønsker og behov i forhold til Bornholm som turistdestination, og på muligheder for udvikling af ydelser og produkter på den baggrund.
- Forummet tage initiativ til, at gennemføre de relevante aktiviteter og opnå de resultater, som oplægget peger på.

1.4. Informations- og kommunikationsteknologi

Der er sket en betydelig udvikling på Bornholm i de senere år mht. udbredelse og anvendelse af IKT. Et godt samspil mellem den offentlige og den private sektor og erfaringerne fra Digitalt Bornholm har været vigtige i den forbindelse.

Samtidig er Bornholmske virksomheder dog som hovedregel praktiske brugere af IKT, og anvendelse af IKT indgår ikke som et væsentligt konkurrenceparameter for dem. Virksomhedernes konkurrenceevne kan derfor ofte styrkes gennem en mere udstrakt eller innovativ anvendelse af IKT.

Det midlertidige Vækstforum for Bornholm prioriterer på den baggrund det følgende indsatsområde:

Indsatsområde 8: Styrket anvendelse af IKT i virksomhederne

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at øge bornholmske virksomheders anvendelse af IKT på måder, som kan styrke virksomhedernes konkurrenceevne.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for øget beskæftigelse i IKT-sektoren.

Indsatsfelt: Infrastruktur og støtte til virksomhedernes IKT-anvendelse

- Vækstforummet vil arbejde for den bedst mulige IKT infrastruktur på øen. Målet er, at adgangen til bredbånds internetforbindelser er lige så nem som i København og at prisen for bredbåndsadgangen er den laveste i Danmark.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der etableres en pulje, som indenfor en nærmere bestemt ramme kan finansiere uafhængig vurdering og rådgivning af virksomheder i forbindelse med deres anvendelse af IKT.
- Forummet vil indstifte en særlig IKT-pris, som tildeles en lille eller mellemstor virksomhed, der er gået i spidsen med hensyn til anvendelse af IKT på nye områder eller med særlige resultater.
- Forummet vil fremme erfaringsudveksling mellem virksomheder om anvendelse af IKT.

1.5. Iværksætteri

Bornholm har gjort en indsats for iværksættere, som er på linie med indsatsen i mange andre regioner i Danmark. Samtidig er der dog uudnyttede muligheder for at øge interessen for at starte egen virksomhed på Bornholm ligesom dele af den nuværende iværksætterrådgivning kan styrkes, så den bliver mere orienteret imod praktisk udvikling af nystartede eller unge virksomheder på øen.

Det midlertidige Vækstforum for Bornholm foreslår på den baggrund at det følgende indsatsområde prioriteres:

Indsatsområde 9: En styrket iværksætterindsats

Overordnet mål

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at flere vælger at starte egen virksomhed.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at flere nystartede virksomheder overlever og vokser.

Indsatsfelt: Mentornetværk og fokus på iværksætteri i uddannelsessystemet

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til at danne et ”mentornetværk”, bestående af virksomhedsledere fra veletablerede bornholmske eller andre virksomheder. Mentorerne kan fungere som rådgivere for personer, der starter ny virksomhed.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for gunstige økonomiske rammebetingelser, så nye virksomheder i nærmere bestemt omfang kan trække på rådgivning fra sådanne mentorer.
- Vækstforum Bornholm vil sætte fokus på iværksætteri som en særlig erhvervsmulighed blandt unge. Forummet vil arbejde for, at iværksætteri i højere grad kommer til at indgå som en integreret del af unges normale uddannelsesforløb. Forummet vil tage initiativ til en årlig iværksætterdag blandt unge på de bornholmske ungdomsuddannelser.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at fremme iværksætterpotentialet blandt lønmodtagere i eksisterende virksomheder, gennem tiltag både overfor lønmodtagerne og overfor virksomhederne.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der etableres et Iværksætterhus lokalt på Bornholm, så bornholmske iværksættere ikke henvises til københavnsområdet hvis de skal gøre brug af resurserne i et Iværksætterhus.

2. Indledning

I de følgende kapitler præsenterer Teknologisk Institut og Center for Regional- og Turismeforskning resultaterne af interviews med 31 bornholmske virksomheder samt 4 erhvervsfremmeaktører.¹

2.1. *Undersøgelsens fokus*

Det overordnede mål med undersøgelsen var at formulere forslag til indsatser på Bornholm, som kan fremme den erhvervmæssige udvikling på øen i de kommende år - et begrundet idékatalog med andre ord. Forslagene blev behandlet på det prioriteringsseminar, som Vækstforum Bornholm gennemførte den 20. februar 2006. Forslagene har været formuleret af de interviewede parter selv eller af konsulenterne, med udgangspunkt i en analyse og vurdering af de informationer, som interviewrunden har frembragt.

Fokus på vækstpotentialer og barrierer for vækst

På den baggrund har vi i interviewene med virksomheder og erhvervsfremmeaktører fokuseret på flere forskellige ting:

- Vi har ønsket at identificere vækstpotentialer og barrierer for vækst indenfor Bornholms erhvervsliv
- Vi har ønsket at indhente konkrete forslag fra virksomhederne og erhvervsfremmeaktører til initiativer, der kan fremme vækst og udvikling på øen
- Vi har ønsket at indsamle informationer, som sætter os i stand til selvstændigt at vurdere udviklingsmuligheder og barrierer for vækst for forskellige typer af virksomheder.

Bredt udsnit af bornholmske virksomheder inddraget

De 31 virksomheder, som har indgået i undersøgelsen, er udvalgt ud fra et ønske om at dække de vigtigste erhvervmæssige klynger indenfor de sektorer, som konkurrerer på et internationalt marked. Desuden har det været vigtigt at inddrage både store og små virksomheder og både veletablerede og relativt nystartede virksomheder.

- men i et ret begrænset antal

Undersøgelsen har skullet gennemføres meget hurtigt, og det har derfor været nødvendigt at begrænse antallet af virksomheder i undersøgelsen. Vurderinger og forslag fra et ret begrænset antal virksomheder og erhvervsfremmeaktører vejer med andre ord tungt i vores undersøgelse. Indholdet af idékataloget skal ses i det lys.

¹Bilag 2 indeholder en liste over de virksomheder og erhvervsfremmeaktører, som har været inddraget i undersøgelsen.

Vækstforum kan derfor overveje at offentliggøre rapporten

På grund af det ret begrænsede antal virksomheder, der har indgået i undersøgelsen, vil der naturligvis være mange virksomheder, som ønsker at bidrage med yderligere forslag til den kommende erhvervsfremmeindsats på øen. Vækstforum Bornholm kan i den forbindelse overveje, om rapporten skal gøres offentligt tilgængelig, så interesserede virksomheder eller borgere kan kommentere eller komme med yderligere forslag til indsatser.

2.2. Den regionale konkurrenceevnemodel

Udgangspunktet for det idékatalog, som er indeholdt i kapitel 3 nedenfor, er den regionale konkurrenceevnemodel og de 4 vækstfaktorer, som indgår i modellen: Menneskelige resurser, innovation, informations- og kommunikationsteknologi og iværksætter. Analyser har tidligere vist, at disse 4 faktorer tilsammen kan forklare 70 % af forskellene mellem regionerne i Danmark indkomst- og beskæftigelsesudvikling.

Samtidig er det vigtigt at tilpasse konkurrenceevnemodellen til forholdene på Bornholm. Den regionale konkurrenceevnemodel er udviklet på baggrund af de informationer, som man har kunnet behandle statistisk. Mange relevante typer af viden og information overses derfor.

I det følgende skelner vi på den baggrund mellem tværgående rammebetingelser på den ene side og de fire vækstfaktorer på den anden side. Blandt de tværgående rammebetingelser, som på baggrund af interviewrunden har vist særligt relevante i den bornholmske sammenhæng, er de følgende:

- den politiske sammenhængs- og handlekraft på øen
- den trafikale tilgængelighed til og fra Bornholm
- overordnet markedsføring af Bornholm
- offentlig sagsbehandling mv. i forbindelse med erhvervsudvikling
- offentlig indkøbspolitik.

2.3. Læsevejledning

Kapitel 3 indeholder en kort gennemgang af de vigtigste resultater fra nylige analyser af den erhvervsmæssige situation på Bornholm.

På den baggrund indeholder kapitel 4-9 sammenfatningen af resultaterne af interviewrunden blandt de 31 virksomheder. For hver erhvervsmæssige klynge peger vi, med udgangspunkt i informationer og vurderinger fra interviewene samt andre relevante informationer og analyser, på styrker og svagheder, på udviklingsbehov og på konkrete indsatsområder.

I bilag 1 findes den samlede analyse og de forslag til overordnede mål og mulige konkrete indsatser, som det midlertidige Vækstforum for Bornholm tog stilling til på sit prioriteringsseminar den 20. februar 2006 (det begrundede idékatalog).

De 31 virksomheder er i vores analyse opdelt på de følgende klynger:

- Fødevarer, inklusive virksomheder der fremstiller råvarer til fødevarer-sektoren
- Transport og logistik
- Turisme og oplevelsesøkonomi
- Maskiner og teknik
- Bygge- og anlæg samt byggematerialer
- Medier, reklame mv.

3. Det bornholmske udgangspunkt

De overordnede analyser af Bornholms erhvervsmæssige udgangspunkt - øens styrker og svagheder, muligheder og trusler - er et godt udgangspunkt for at forstå de udsagn, som virksomhederne er fremkommet med i forbindelse med vores undersøgelse. Derfor gengiver vi nedenfor kort nogle hovedpointer fra de mest relevante nylige analyser af situationen i det bornholmske erhvervsliv.

Relativt svag indkomstudvikling på Bornholm

En nylig analyse peger på, at erhvervsindkomsten per indbygger på Bornholm ligger ca. 25 % under landsgennemsnittet.² Der er fire overordnede forklaringer på indkomstgabet:

- En relativt lav værdiskabelse blandt de beskæftigede (lav produktivitet)
- En relativt høj arbejdsløshed
- En relativt lav erhvervsfrekvens – relativt få er på arbejdsmarkedet
- Demografien – en relativt lav andel af befolkningen i aldersgruppen 15-66 år.

Indkomstgabet i forhold til det øvrige land er vokset over de seneste ca. 10 år, og hovedforklaringen er beskæftigelsen. Antallet af beskæftigede på Bornholm er faldet med over 7 % fra 1993 til 2003. Dels er ledigheden højere end på landsplan, dels er andelen af erhvervsaktive i befolkningen faldet, fra 1993 til 2003 med næsten 11 %.

Bornholm scorer lavt på iværksætteri, højere på menneskelige resurser

I den regionale konkurrenceevnemodel lægges der vægt på 4 overordnede vækstfaktorer: menneskelige resurser, iværksætteri, innovation og informations- og kommunikationsteknologi.

Med hensyn til iværksætteri placerer Bornholm sig relativt svagt i forhold til andre danske yderområder. Med hensyn til menneskelige resurser placerer øen sig godt når man ser på den erhvervs erfaring, såvel arbejdsstyrken som tilflyttere til øen har, og gennemsnitligt i forhold til andre yderområder, når man ser på arbejdskraftens uddannelsesniveau.

Rammebetingelser for menneskelige resurser: Både stærke og svage sider

Blandt de vigtigste rammebetingelser for menneskelige resurser er antallet af uddannelsespladser, regionens generelle attraktivitet som bosætningssted, og regionens tilgængelighed.

Analysen på baggrund af den regionale konkurrenceevnemodel fremhæver, at Bornholm i forhold til andre yderområder har relativt høj generel attraktivitet, men at tilgængeligheden er en vigtig svaghed.

² Copenhagen Economics, *Udgangspunktet for vækst på Bornholm*, november 2005.

Klynger: Fødevarer, transport, turisme, maskin & teknik, film & tv

Der kan identificeres en række virksomhedsklynger på Bornholm indenfor de globalt orienterede erhverv, dvs. grupper af virksomheder, som i kraft af deres forhold til hinanden skaber fælles kompetencer og skaber øget konkurrenceevne.

- I forhold til landsgennemsnittet er der overgennemsnitligt mange beskæftigede på Bornholm indenfor klyngerne Turisme, Byggematerialer og Film & TV. Samtidig er beskæftigelsen i disse klynger vokset hurtigere end på landsplan siden 1995.
- Også klyngerne Fødevarer og Transport & Logistik beskæftiger overgennemsnitligt mange, men klyngerne taber terræn i forhold til klynger i andre dele af landet.
- Beskæftigelsen i klyngen "Maskiner og Teknik" vokser hurtigere end på landsplan, men fra en situation hvor klyngens andel af beskæftigelse er lavere end for landet som helhed.

SWOT: En attraktiv men svært tilgængelig region

En kvalitativ analyse af styrker, svagheder, muligheder og trusler for Bornholms udvikling peger på de følgende overordnede forhold:³

- **Styrker:** En unik og særlig natur; en særlig lokal identitet, der er forbundet med Bornholms ø-status; et sikkert og trygt miljø; og et antal specialiserede og internationalt konkurrencedygtige virksomheder.
- **Svagheder:** En vanskeligt tilgængelig region; et generelt lavt uddannelsesniveau; fravær af institutioner, der kan forankre øen i videnøkonomien; en overvægt af brancher med faldende beskæftigelse blandt de lavest uddannede medarbejdere.
- **Muligheder:** Tendensen til at søge de nære, det trygge, at leve "off"; stigende prisforskelle på boliger i hovedstadsområdet og på Bornholm til øens fordel; muligheder for outsourcing og underleverandøropgaver, der kan forbedre de bornholmske virksomheders konkurrenceevne; mulighed for udvikling af erhverv baseret på oplevelses- og livsstilsmarkederne.
- **Trusler:** De ufaglærte job forsvinder hastigt; befolkningstilbagegang pga. manglende jobmuligheder, hvilket truer det offentlige serviceniveau; nye job i væksterhverv kræver fysisk lokalisering i nærheden af store videninstitutioner; ændring af EUs regionaludviklingspolitik kan medføre, at der føres færre EU-midler til øen.

Behov for en regional udviklingsstrategi

På baggrund af denne overordnede analyse konkluderes det, at Bornholm skal satse på at udnytte og forbedre øens særlige styrkeposition som et attraktivt unikt sted at bo. Øens herlighedsværdi skal benyttes som udgangspunkt for en del af øens erhvervsliv.

³ Center for Regional- og Turismeforskning, *Bornholms udviklingsmuligheder – en SWOT-analyse*, 2004.

Det offentlige Bornholm bør desuden formulere en overordnet vision for øens udvikling og der bør – indenfor udvalgte indsatsområder – udarbejdes strategier til opfyldelse af denne vision.

Endelig konkluderes det, at Bornholms væsentligste svagheder er manglende tilgængelighed, i form af for dyr og for ringe trafikkapacitet for persontransport, samt et for lavt uddannelsesniveau blandt øens indbyggere. Den regionale udviklingsstrategi bør søge at afhjælpe begge svagheder.

4. Fødevarerklyngen

4.1. Fødevarerklyngen på Bornholm

Rapporten "Udgangspunkter for vækst på Bornholm" fra Copenhagen Economics (November 2005) opererer med fødevarerfremstilling som en selvstændig klynge på Bornholm. Ifølge denne rapport beskæftigede fødevarerklyngen i 2004 i alt 1.157 fuldtidsansatte. Dermed er fødevarerfremstilling den største af de bornholmske klynger. Fødevarerklyngen, således som den defineres i rapporten fra Copenhagen Economics, omfatter kun de fødevarerforædlende virksomheder. Virksomheder indenfor den primære sektor (landbrug og fiskeri) er ikke inkluderet.

Bornholm er fortsat en af de mest fødevarer specialiserede regioner i Danmark, men ud over at klyngen i de senere år har mistet en række stillinger⁴ så har den bornholmske fødevarerklynge også tabt terræn i forhold til andre danske regioner.⁵

Ifølge Danmarks Statistik var i 2002 i alt 2.833⁶ personer beskæftiget inden for fødevarerfremstilling (heraf ca. 1.400 inden for de primære erhverv). Dette tal omfatter både fuldtids- og deltidsansatte personer. Dette svarer til knapt 14 % af den bornholmske arbejdsstyrke. Den bornholmske beskæftigelse inden for disse erhverv er mere end dobbelt så høj som for landet som helhed.

De råvareproducerende erhverv på Bornholm (landbrug, gartneri, skovbrug og fiskeri) står for omkring halvdelen af værditilvæksten og beskæftigelsen i fødevarersektoren på øen. Den *forædlende* sektor beskæftigede i 2002 i alt 1.441 personer (reduceret til 1.157 i 2004), Relativt får forædlingssektoren stadig større betydning for værdiskabelsen. I 1997 stammede 46,5 % af værdiskabelsen i den bornholmske fødevarer sektor fra de forædlende virksomheder. Denne andel var i 2002 øget til 50 %.

Den bornholmske fødevarer sektor kan deles op i *De Fem*⁷ og *De Små*. *De Fem* gav i 2002 beskæftigelse til godt 876 fuldtidsansatte personer⁸, svarende til ca. 60 % af den samlede beskæftigelse i den fødevarerforædlende sektor. Dette betyder modsætningsvis, at der er 565 beskæftigede i den del af sektoren, der udgøres af *De Små* fødevarerforædlende virksomheder.

⁴ I perioden fra 1995 til 2004 er beskæftigelsen i den bornholmske fødevarerklynge reduceret med 322 fuldtidsjob, svarende til et relativt jobtab på knapt 22 pct.

⁵ Kilde "udgangspunkter for vækst på Bornholm. Faktabaseret analyse af regionens vigtigste udfordringer.

⁶ Denne og de følgende statistiske informationer er baseret på "Regional Fødevarerproduktion - Rammebetingelser og udviklingsmuligheder på Bornholm". WP nr. 19 fra CRT, 2004

⁷ De fem største fødevarerproducerende virksomheder er Danish Crown (svineslagteri), Espersen (fiskeforarbejdning), Bornholms (fiskekonserves), Bornholms Andelsmejeri (mejeri), Bornpoultry (kyllingeslagteri)

⁸ De fem var dengang "De seks" idet virksomheden Nordfilet også blev regnet til de store producenter

Nedenfor følger en kort beskrivelse af de seks fødevarer virksomheder der er indgået i denne undersøgelse:

Danish Crown

Danish Crown er en internationalt orienteret fødevarer virksomhed med produktion og salg af fersk svine- og oksekød. Selskabet er samtidig Europas største svineslagteri og Danmarks største kreaturslagteri. Danish Crown omsætter for ca. 24,7 mia. kroner årligt og har ca. 11.000 medarbejdere. Slagteriet i Rønne har ca. 230 medarbejdere og slagter godt 400.000 svin på årsbasis. I de senere år antallet af slagtninger ligget på et nogenlunde stabilt niveau.

Bornpoultry

Bornpoultry er et kyllingeslagteri. Oprindeligt var virksomheden en afdeling under Danpo, men da Danpo i 1997 besluttede sig for at nedlægge slagteriet på Bornholm tog en kreds af lokale investorer over og etablerede Bornpoultry. Virksomheden slagter cirka 1,75 mio. kyllinger om året, hvilket efter danske forhold er et meget lille slagteri. Slagteriet giver beskæftiger til ca. 30 årsværk. Virksomheden har fra etableringstidspunktet haft en samarbejdsaftale med Danpo omkring markedsføring og distribution. Virksomhedens omsætning har været nogenlunde stabil i de sidste 6 – 7 år.

Virksomheden er især blevet kendt for et enkelt nicheprodukt, nemlig den såkaldte "Bornholmer-hane" der nu markedsføres over hele landet. De bornholmske kyllinger forædles (forarbejdes) stort set ikke. Næsten hele produktionen afsættes som hele, ferske kyllinger.

Den Bornholmske Spritfabrik

Den Bornholmske Spritfabrik blev startet i 1994 og blev i 2005 overtaget af den nuværende direktør. Virksomhedens tre kerneprodukter er Bornholmer Akvavit, Bornholmer 1855 Traditionsakvavit og Bornholmer Bitter. Foruden disse kerneprodukter produceres Honningsyp og en række andre produkter i forbindelse med højtider og lignende.

Ud over ejer og hustru beskæftiger virksomheden en enkelt medarbejder på deltid.

Svaneke Bryghus

Mikrobryggeri etableret i foråret 2000. I starten kun placeret i gammel købmandsgård ved torvet i Svaneke. Kombineret restaurant og bryghus. For et par år siden blev produktionen udvidet til også at finde sted i bygning ved havnen. Der produceres efterhånden 12 – 15 forskellige øltyper og der er bestandigt nye typer under udvikling. Langt hovedparten af produktionen "eksporteres" bort fra Bornholm. Endnu kun begrænset salg til udlandet. Hen over året cirka 35 ansatte, svarende til 25 årsværk. De star-

tede – med ejers ord – som glade amatører. Efterhånden har de lært meget og de har også ansat en række specialuddannede medarbejdere.

Nordbornholms Røgeri

Ældre velrenommeret røgeri overtaget af de nuværende ejere for tre år siden. Omsætning øget fra 14 mio. kr./år til 20 mio. kr./år over de sidste tre år. Der er i dag ca. 17 fuldtidsansatte. Knap 1/3 af den danske kvote af Østersølaks forarbejdes af røgeriet. Omkring halvdelen af omsætningen kan henføres til eksport. Siden overtagelse af røgeriet er virksomheden ændret fra udelukkende at være en produktionsvirksomhed til også at være grossist, detailhandel (fiskehandel) samt restaurant/buffet. Omsætningsstigningen kan primært henføres til de nye forretningsområder. De eventuelt kommende regler for danske Østersølaks (med krav om at man kun må benytte laks med en vægt op til 20 kg) vil være kritisk for virksomheden. Halvdelen af medarbejderne forventes i givet fald at måtte afskediges.

Lehnsgård Rapsolie

Produktion af spiseolie på resterne af et tidligere halvoffentligt forsøgsanlæg (BIORAF). Produktionen er baseret på en særlig teknik hvor rapsfrøet afskalles inden koldpresning. Derved fås en spiseolie af en særlig fin kvalitet. Hovedparten af olien sælges via grossist til den danske detailhandel. Afsætningen er steget kraftigt de senere år. Der kan produceres op til 1 mio. liter på anlægget (svarende til 1/3 af Bornholms nuværende rapsproduktion). Tappehallen er i dag den begrænsende funktion i anlægget. I dag kun 1½ ansat ud over ejer. Ejeren forventer at skulle ansætte yderligere en medarbejder i år.

4.2. Virksomhedernes forslag til indsatsområder

Fortsæt satsningen med en bornholmsk fødevareambassadør

Flere af de bornholmske fødevarevirksomheder er meget godt tilfredse med den støtte og hjælp, de har fået fra den offentligt ansatte fødevareambassadør. Han har hjulpet de bornholmske virksomheder med at få gode kunde-kontakter uden for Bornholm og han har med omfattende PR-aktivitet været med til at styrke den gode historie om Bornholm. På den baggrund foreslår 4 af de 5 fødevarevirksomheder, at Vækstforummet fortsat skal satse på en bornholmsk fødevareambassadør – eller en konstruktion, der minder om denne.

Reduktion af de offentlige afgifter som virksomhederne betaler

På grund af fragtomkostningerne er det vanskeligt at have en transporttug virksomhed på Bornholm. Derfor er det vigtigt at det offentlige Bornholm fortsat kæmper på lave fragtpriser til erhvervslivet.

En større fødevarevirksomhed peger endvidere på at man på Bornholm betaler en særlig høj pris for vand og for afledning af vand, også højere end an-

dre steder i Danmark. Dette reducerer det lokale slagteris konkurrenceevne, og er der politisk velvilje for et fortsat svineproduktion på Bornholm kunne man overveje at reducere denne offentlige afgift.

Erhvervspolitisk bør Bornholm vælge en strategi – og følge den

En fremtrædende erhvervsmand fra én af de interviewede virksomheder gør opmærksom på, at offentlige strategier/politikker alt for ofte bliver til fine ord som alle kan erklære sig enige i. Imidlertid er det offentlige sjældent parat til at drage de nødvendige konsekvenser af deres egne strategier/visioner. Der er behov for, at det offentlige Bornholm lægger en linie og holder denne linie. Politikerne skal blive bedre til at bakke om den politik, de selv har været med til at pege på.

Bornholm skal også være et attraktivt sted at bo

Ifølge samme erhvervsmand bør Bornholm også være et attraktivt sted at bo, ellers kan virksomhederne ikke skaffe folk med de rette kvalifikationer. Selvfølgelig kan Bornholm ikke være bedste til det hele, men man må vælge nogle emner man vil satse på. Hvis Bornholm skal være attraktiv for børnefamilier så kunne det være et mål ”at vi vil have landets bedste folkeskole på Bornholm”, dette ville gøre øen interessant som et sted at bo. Men det kræver at politikerne er villige til at satse – at drage nogle konsekvenser af deres mål og strategier.

Samarbejde med AF omkring oplæring af medarbejdere

Én af fødevarer virksomhederne foreslår et samarbejdsprojekt med AF. Virksomheden mangler dygtige medarbejdere der har evnerne til at filetere forskellige arter af fisk. Såfremt AF vil stille nogle folk til rådighed, så vil virksomheden sørge for deres oplæring. Virksomheden vil dog ikke være forpligtet til at ansætte en eller flere af medarbejderne, efter afslutning af projektperioden. At være dygtig til at skære fisk op, er ikke blot et spørgsmål om at have gennemgået nogle kurser. Det er et håndværk. ”Enten kan du lære det eller også kan du aldrig lære det”. Hvis der blandt kursisterne er folk der har anlæg for det, vil virksomheden gerne tilbyde dem ansættelse på almindelige vilkår.

Hjælp til organisering af distributionen

Samme virksomhed fortæller, at det for de små fødevarerproducenter ofte er et logistisk problem, at få bragt varerne bragt frem til detailhandlen. Kunne virksomhederne få hjælp og råd fra en erhvervsfremmeaktør om, hvordan de kan løse deres distributionsopgaver, vil det være en god støtte til virksomhederne. Til tider undlader virksomhederne at kontakte potentielle kunder, fordi de er usikre på, hvordan de skal løse distributionsopgaven.

Aktiv bornholmsk hjælp til at komme ind på eksportmarkeder

En anden virksomhed gør opmærksom på, at springet til eksportmarkedet kan være meget vanskeligt. Her ville det være rart med en person fra Erhvervscentret, som aktivt kunne hjælpe virksomheden med at komme ind på et nyt marked - ikke ved at komme med nye undersøgelser og analyser som

virksomheden bør gennemføre, men ved hjælp til helt konkret at komme i gang med eksporten.

De bornholmske virksomheder har selvfølgelig de samme muligheder som andre danske virksomheder for at få støtte fra Eksportrådets konsulenter, men ønsker man fra Bornholms side at gøre en særlig indsats, kunne det være med en person der tog hånd om eksportsatsningen *ude i virksomheden*, og som fungerede ude i virksomheden indtil eksporten var igangsat.

Omlægning af den offentlig iværksættersætterstøtte

Indehaveren af én af virksomhederne mener at der er behov for at lægge den offentlige rådgivning til iværksætterne om. Den nuværende rådgivning videnskabeliggør og komplicerer tingene helt unødigt. Iværksætterne har primært brug for opbakning og støtte, og skulle det gå galt – hvad så?

Det vigtigste er at man ikke slukker gnisten hos iværksætterne, og det gør man for ofte. Iværksætteren har nogle konkrete spørgsmål under opstarten som rådgiverne skal besvare, men de skal ikke pege på alle de ting der kan gå galt ”og har du nu tænkt på..”. Iværksætter vil i mange tilfælde have mere gavn af en mentorordning. En iværksætter får langt bedre råd af folk der selv driver virksomhed, end af offentligt ansatte erhvervsrådgivere. Erhvervsfolk ved, at det er gnisten/begejstringen der skal drive værket

Hjælp til håndtering af grossister

Den bornholmske fødevarerektor er antalsmæssigt domineret af en række mindre fødevarerproducenter. For at kunne håndtere distributionsopgaven vil disse producenter ofte være henvist til at gøre brug af en grossist. I den forbindelse efterlyser en af de mindre virksomheder rådgivning i forbindelse med håndtering af især grossister og indkøbere fra detailhandelskæderne. De mindre fødevarerproducenter kender ikke færdselsreglerne på grossistmarkedet, og der er en åbenlys risiko for at agere for forsigtig eller for grov. Her kunne de offentlige erhvervsfremmeaktører tilbyde en mere støtte til producenterne

4.3. Vurdering

Gode vækstmuligheder inden for niche-fødevarerproduktion

Fra offentlig side har man gennem en årrække satset på at fremme udviklingen af den bornholmske fødevarerektor. Man har særlig målrettet satset på de virksomheder der arbejder med fremstilling af kvalitetsfødevarer⁹ - seneste er denne satsning kommet til udtryk via ansættelse af Fødevarerambassadøren.

Via denne satsning er der opbygget et positivt image omkring bornholmske fødevarer og Bornholm er den region i Danmark der er kommet længst med

⁹ Kvalitetsfødevarer er defineret som fødevarer der på grund af specifikke egenskaber kan sælges til en højere pris end standardfødevarer.

udvikling af et egentlig ”Brand” for de regionale fødevarer. På den baggrund vurderes det, at der er gode muligheder for fortsat udvikling af denne sektor.

Fortsat mulighed for udvikling af den primære sektor

Den primære sektor har ikke været i fokus i denne undersøgelse, men det vurderes at der fortsat er gode muligheder for udvikling af sektoren, dels ved øget satsning på fremstilling af højprisprodukter (som eksempelvis frøgræs og grøntsager), dels ved en mængdemæssig udvidelse af produktionen

Det bornholmske mejeri står udenfor Arla – samarbejdet og har i lang årrække kunnet tilbyde en bedre afregningspris til dens andelshavere end Arla. Umiddelbart er der ikke noget der tyder på at Bornholms Andelsmejeri mister konkurrencekraft i forhold til Arla i de kommende år, men den danske mejeribranche vil generelt set komme under pres på grund af omlægninger i EU-støtten.

Den animalske produktion har – set under ét – ligget på et stabilt niveau i en længere årrække. Samtidig er der dog sket en drastisk koncentration i antallet af produktionsenheder, hvilket betyder at både kvæg og svin efterhånden er blevet samlet på ganske få ejendomme. Miljømæssigt er der dog stadig plads til en væsentlig produktionsudvidelse, hvis man måtte ønske det. Etableringen af et stort biogasanlæg i Åkirkeby vil yderligere reducere miljøpresset på det bornholmske miljø, idet anlægget – hvis det kommer til at fungere som planlagt – vil gøre det muligt at eksportere ”gødningspiller” bort fra Bornholm.

Behov for en opsøgende erhvervsfremmeindsats ifm. innovation

Flere af de mindre fødevarer virksomheder er endog meget innovative. Indehaverne har en lang række ideer til hvorledes de kunne udvikle deres virksomhed, deres produkter og deres produktionsprocesser. Problemet er blot at ejerne i så høj grad er involveret i den daglige drift, at der ikke er tid til at videreudvikle de mange ideer.

I den forbindelse vurderer vi, at der er behov for en langt mere aktiv erhvervsfremmeindsats. Virksomhederne har brug for folk, der i en periode kan overtage ansvaret for videreudvikling af projektidéerne. Det skal ske ude på virksomhederne og på virksomhedernes betingelser. Noget i stil med: ”Lej en udviklingsmedarbejder”.

Den brugerdrevne innovation er den alt afgørende kilde til vækst

I den bornholmske sammenhæng er innovation efter vores vurdering ikke så meget et spørgsmål om at sætte virksomhederne i kontakt med relevante vidensinstitutioner inden for området. Innovation er - måske særligt for de mindre fødevarerproducenter - i langt højere grad noget der sker i samarbejde mellem producent og aftager eller mellem producent og underleverandør.

Vil man støtte de små virksomheder i deres innovation, må det offentlige derfor hjælpe virksomhederne med at etablere sådanne innovative netværk..

5. Transport og logistik

5.1. *Transportklyngen på Bornholm*

Transport og logistik beskæftiger ca. 670 ansatte på Bornholm. I forhold til det samlede antal beskæftigede i klyngen på landsplan udgør denne klynge en større andel af beskæftigelsen på Bornholm. Denne andel har dog været faldende - derfor figurerer den i Copenhagen Economics' analyse som en "Specialiseret klynge, der taber terræn".¹⁰

Bornholm er som bekendt en ø, som oven i købet er placeret forholdsvis langt fra "moderlandet" med heraf medfølgende behov for transport af passagerer og gods med færge og fly. Specielt betyder øens karakter af turistmål, at der i sommerhalvåret transporteres store mængder passagerer med færgerne, hvilket fører til en relativt stor beskæftigelse her. Dette vil alt andet lige betyde, at transporterhvervet fylder godt i beskæftigelsen, for så vidt som transport er forudsætningen for, at Bornholm kan indgå i inden- og udenlandsk handels- og turistmæssigt samkvem.

Derfor skal man være varsom med at overfortolke betydningen af transporterhvervets beskæftigelsesmæssige tyngde for den bornholmske erhvervsstruktur. At tale om regional specialisering er for så vidt en tilsnigelse – der er nærmere tale om regional nødvendighed. En sådan nødvendighed kan naturligvis udvikles til en specialisering, men hvorvidt det er tilfældet for Bornholm kan ikke udledes fra beskæftigelsestallene alene.

I undersøgelsen indgår færge- samt landevejstransport. Nedenfor følger en kort beskrivelse af de virksomheder, der er indgået i vores interviewrunde.

Bech-Hansen & Studsgaard

Virksomheden startede i 1946 som et lille vognmandsfirma og har siden udviklet sig til et stort landsdækkende transport- og logistikfirma. I 1987 modtog Bech-Hansen & Studsgaard den bornholmske erhvervspris. Man har specialiseret sig i logistikløsninger for dagligvaresektoren, men betjener alle brancher. Firmaet har lagre i Rønne, i København, i Odense og i Århus og driver en ekspresrute Fyn/Bornholm med dag-til-dag levering for stykgods og partigods. Gennem samarbejde med internationale og oversøiske transportører løses også im- og eksportopgaver.

Virksomhedens har ca. 300 ansatte fordelt på hovedafdelingen på Bornholm (150 ansatte) og afdelinger rundt om i resten af Danmark – blandt andet i Odense, Århus og Tåstrup. Det sidste år er virksomheden rykket ind på det polske marked. Virksomheden fokuserer nu på at konsolidere markedspositionen i både ind og udland.

¹⁰ Copenhagen Economics, *Udgangspunktet for vækst på Bornholm*, november 2005.

Ejv. Hansens Eftf. I/S

Ejv. Hansens Eftf. I/S er en skibsmæglervirksomhed, som sammen med tre andre agenter driver "Bornholmsruten". Bornholmsruten blev startet i 1969, da Hasle Klinker sejlede fast med lervarer fra Bornholm til Sjælland / Jylland. Ved hjælp af en aftale med agenterne begyndte man også at transportere andre former for stykgods retur til Bornholm.

Der sejles nu med palleskibet m/s "Bornholm" på Rønne, Hundested, Aalborg og Kolding med faste ugentlige afgang. Skibsmæglervirksomheden oplever en stabil udvikling, men Bornholmsruten er præget af en kraftig nedgang, angiveligt på grund af hård konkurrence fra Bornholmstrafikken A/S. Der er seks ansatte i skibsmæglervirksomheden og otte ansatte på færgeren "Bornholm".

Christiansøfarten

Christiansøfarten er et lille rederi, der driver skibsfart mellem Bornholm og Christiansø. Christiansøfarten har fra starten af maj og til slutningen af september op til flere daglige afgang til Christiansø fra Gudhjem og Allinge. Den resterende del af året sejles, der næsten dagligt ture med postbåden mellem Gudhjem og Christiansø. . Fra juni 2006 udvides forretningen med et nyt skib som skal sejle på den nye rute mellem Allinge og Simrishamn i Sverige.

Den primære indtægtskilde kommer fra turisme. Christiansø og Frederikseø er med bygninger, mure og natur fredet. Der kommer p.t. ca. 70-80.000 endagsturister til øen, og det skønnes, at presset på natur og bygningsmonumenter er ved at nå overgrænsen. Det betyder, at beskæftigelsen i Christiansøfarten i en del år har været konstant med 10-11 fuldtidsansatte i sommersæsonen og et par stykker udenfor sæsonen. Med åbningen af den nye rute regner man dog med at der skal rekrutteres 2-3 nye medarbejdere i sæsonen og én udenfor sæsonen.

Ud over direktøren, som selv er uddannet sømand, er alle de ansatte på nær én søfolk. Den sidste medarbejder er kontorassistent.

Cimber Air

Cimber Air er et flyselskab, som betjener i alt tolv ruter i Skandinavien. Hovedsædet findes i Sønderborg. Cimber Air overtog i 2002 forbindelsen mellem København og Rønne fra Maersk Air. I 2005 indledte Danish Air Transport flyvninger på samme rute. Konkurrencen fra DAT har - mod forventning - sikret passagertilgang pga. lavere priser. Ruten er derfor inde i en stabil udvikling.

Der er 368 medarbejdere ansat i Cimber Air, heraf ni i afdelingen på Bornholm. Medarbejderne i den bornholmske afdeling har været i afdelingen i mange år, og størstedelen er kontoruddannede.

Bornholmstrafikken A/S

Bornholmstrafikken A/S har ikke været inddraget som primær-respondent i denne undersøgelse. Da en lang række af undersøgelsens virksomheder har givet udtryk for relativ markante holdninger i relation til den offentlige trafikbetjening, har vi dog fundet det hensigtsmæssigt at inddrage Bornholmstrafikkens forslag og holdninger til den bornholmske trafiksituation.

Trafikforliget fra 2002 om færgebetjeningen af Bornholm indebærer, at betjeningen fra 1. maj 2005 varetages af Bornholmstrafikken A/S på grundlag af en kontrakt mellem trafikselskabet og Trafikstyrelsen. Kontrakten betyder et årligt tilskud til den samfundsbegrundede færgebetjening af Bornholm på ca. 130 mio. kr. om året.

5.2. Virksomhedernes forslag til indsatsområder

Forslag om styrkelse af Destination Bornholm og fokus på kvalitet

Alle interviewede peger på forstærket turistmarkedsføring som en vigtig forudsætning for vækst. Christiansøfarten oplever, at der stadig er alt for mange ukoordinerede lokale turistmarkedføringsinitiativer.

Man oplever, at der er potentiale for vækst gennem turisme ved

- øget synlighed (koordineret markedsføring)
- forstærket markedsføring
- tiltag for at højne kvaliteten i tilbuddene til turisterne.

Som en af de interviewede formulerer det: "Der skal skabes kvalitet helt ned til pølsevognen på havnen, så den bliver lidt pænere og på den måde er med til at skabe et image af Bornholm som en ø med turistattraktioner, der hele vejen rundt er af høj kvalitet".

Cimber Air fremhæver en spredning af sæsonen som en mulighed for at få flere turister på årsbasis samt muligheden for støtte til genindførelse af flybusser / flytaxaer fra øens bysamfund til lufthavnen med henblik på at øge attraktiviteten af flytransport.

Behov for hurtigere og mere direkte forbindelser til København

Færgen fra Køge opleves som et skridt i den forkerte retning. Af Christiansøfarten, fordi der er sket en nedgang i antallet af turister, af Ejv. Hansens Eftf. fordi man har oplevet en skærpelse af konkurrencen på fragtmarkedet, idet flytningen til Køge har øget Bornholmstrafikkens mulighed for at konkurrere på dette marked. Bech-Hansen & Studsgaard fremhæver at flere daglige færgeafgange ville øge kapaciteten og dermed muliggøre en bedre kapacitetsudnyttelse af firmaets lastvogne. Alle efterlyser derfor bedre og hurtigere færgeforbindelser til Bornholm for passagerer og gods.

Bornholmstrafikken foreslår betjening af Køge med én færge

Allerede i 2004 stod Ystad-Rønne- ruten for 87 % af Bornholmstrafikkens persontransport. I 2005 er tilbagegangen i person- og biltransport fra Rønne til Køge fortsat og 91 % af passagerne benytter nu Ystad-Rønne ruten.

Ruten Rønne-Køge betjenes af to færger, der ligger uvirksomme ved kaj i en stor del af tiden. Dette er selvkært en meget dårlig udnyttelse af færgekapa-
paciteten.

Bornholmstrafikken foreslår på den baggrund, at man flytter den ene Ro-
Pax-færger fra Køge-ruten til Ystad-ruten, sådan at Køge-ruten fremover
kun betjenes af en enkelt færge. Den frigjorte færge sættes så ind på betje-
ning af Rønne-Ystad, eksempelvis med to daglige dobbeltture foruden hur-
tign-færgens nuværende betjening af ruten.

Flere positive effekter af omlægningen

Denne omlægning af sejlplanen vil ifølge Bornholmstrafikken gøre det mu-
ligt både at øge frekvens og kapacitet på Rønne- Sassnitz, hvilket har været
en af turistbranchens indvendinger mod den nuværende færgebetjening.
Uden for sæsonen øges frekvensen på Ystad desuden fra to til fire daglige
afgange. Dette giver bedre vilkår for persontrafik, men en afledt effekt er, at
der åbnes op for konkurrence på vognmandsområdet, hvor de bornholmske
vognmandsvirksomheder i dag har en monopollignende stilling. Vogn-
mandsfirmaer fra den øvrige del af Danmark undlader således i dag ofte at
tilbyde fragt til og fra Bornholm, fordi de populært sagt ”bliver fanget” på
Bornholm.

I turistsæsonen vil denne omlægning i sejlplanen ikke i sig selv løse kapaci-
tetsproblemerne, men såfremt den tidligere planlagte udvidelse af Ropax-
færgerne fra 400 til 750 passagerer gennemføres, vil de værste flaskehals-
problemer blive fjernet.

Behov for mere kvalificeret arbejdskraft

Alle virksomhederne peger på, at mens det ikke er vanskeligt at rekruttere
faglært og visse typer ufaglært arbejdskraft (sømænd og chauffører) på
Bornholm, er der behov for generelle tiltag, som kan tiltrække mere kvalifi-
ceret arbejdskraft til øen. Manglen på arbejdskraft med visse faglige uddan-
nelser og videregående uddannelser opleves som en tværgående barriere for
vækst. Således peges der konkret på følgende uddannelsesgrupper og kom-
petencer, som kan være vanskelige at finde på Bornholm:

- personer med basale IT-kompetencer
- personer med fremmedsprogskompetencer, særligt engelsk og polsk
- mekanikere
- speditører
- navigatører
- jurister og HK'ere med kendskab til jura

Behov for lederudvikling og ledersparring

Virksomhederne peger på et behov for adgang til generel viden om ledelse og forretningsudvikling - man så gerne, at der blev etableret lederuddannelse lokalt og efter normal arbejdstid.

Herudover har virksomhedslederne behov for praktisk rådgivning og støtte / sparring. Her fremhæves især to områder:

- Markedsføring, hvor man efterlyser rådgivning på alle niveauer fra støtte til etablering af kontakter i udlandet over assistance med hjemmesider til finansiel støtte til markedsføringskampagner.
- Personalejuridisk bistand, hvor flere af lederne føler sig på lidt gyngende grund.

5.3. Vurdering

Potentiale for vækst – til dels afhængigt af væksten i andre klynger

Det er vores vurdering, at der er potentialer for en vis vækst i klyngen. Samtidig er det dog vores vurdering, at denne vækst i højere grad end i andre klynger forudsætter politiske initiativer og beslutninger. Denne vurdering er bygget på informationerne fra de virksomheder, som har indgået i undersøgelsen, på interview med erhvervsfremmeaktører på øen, og på eksisterende analyser af Bornholms udviklingspotentiale.

Bornholm har i kraft af sin beliggenhed en stærk søfartstradition, og dermed en stor andel af befolkningen, som har erhvervsmæssig tilknytning til sejlad, også uddannelsesmæssigt. Det betyder, at de menneskelige ressourcer for en udbygning af især den del af klyngen, som bygger på kendskab til søfart, grundlæggende er til stede.

Herudover er der knyttet et vækstpotentiale til turismen. En mængdemæssig vækst og sæsonspredning af turismen på Bornholm vil have direkte afsmitning på mulighederne i de fleste af klyngens virksomheder (de passagertransporterende) og indirekte på hele klyngen, i og med at også behovet for varetransport vil øges med en voksende turisme. Denne del af væksten er således afledt af indsatser fra turisterhvervet og fra det offentlige.

Men virksomhederne i klyngen har også turismerelaterede vækstmuligheder, som mere direkte afhænger af deres egen indsats. Her kan især peges på den vækst, som de fleste af virksomhederne oplever/forventer på de østeuropæiske markeder (i første række især Polen), og hvor de selv er aktive spillere i forhold til markedsføring, etablering af partnerskaber etc.

Det er vores vurdering, at der er et potentiale i at understøtte denne satsning, som allerede er i gang. Understøtningen kan ske med forskellige tilbud, som kan støtte den enkelte virksomhed i at få adgang til / fodfæste på de nye markeder.

- På den korte bane kan der peges på et behov for korte intensive kurser i polsk erhvervsprog og tilbud om målrettet markedsorientering og rådgivning.
- Men også ”delegationsrejser” eller andre netværksskabende aktiviteter kan være en mulighed.

På IKT-området vurderes det, at virksomhederne står på meget forskellige stadier i udnyttelsen af de muligheder, som teknologien tilbyder, både internt i effektivisering af administrative processer og eksternt som markedsførings- og salgskanal (internettet). Mens nogle virksomheder er langt fremme, er der andre, for hvem vi vurderer at en bedre udnyttelse af f.eks. internettet ville øge markedspotentialet betragteligt.

Barrierer: infrastruktur, lederudvikling og menneskelige ressourcer

Følgende barrierer vurderes at være vigtige i forbindelse med realiseringen af de potentialer, som er nævnt ovenfor.

Lederudvikling og mangel på kvalificeret arbejdskraft

Samtlige de besøgte virksomheder udtrykker et ønske om at udvikle virksomheden. Der er imidlertid meget forskel på styrken af dette ønske og ikke mindst på de ledelsesmæssige ressourcer, virksomhederne råder over til at indfri dette ønske.

Lederne har i flere tilfælde en kort branchemæssig uddannelse og ingen eller kun sporadisk forretningsmæssig eller ledelsesmæssig efteruddannelse med de fordele og begrænsninger, dette indebærer. Der er tale om relativt små virksomheder, og dermed bliver direktørens (i flere tilfælde ejerens) drive afgørende for potentialet for udvikling af forretningen. I flere af virksomhederne er man aldrig nået til at udvikle en egentlig forretningsmæssig profil og strategi. Selv om flere af lederne erkender, at deres kvalifikationer er utilstrækkelige, f.eks. indenfor markedsføring, international handel eller personaleforhold, formår de ikke at omsætte denne erkendelse i en plan for styrkelse af kompetencerne i virksomheden. Det er derfor vores vurdering, at ledernes begrænsede uddannelsesbaggrund og ledelseserfaring udgør en af de vigtigste barrierer for udvikling af en slagkraftig specialiseret klynge indenfor transport og logistik.

Men også manglen på arbejdskraft med videregående uddannelser udgør en vigtig – og erkendt – barriere.

Dårlig tilgængelighed

Denne faktor er udpeget som den allervæsentligste barriere for vækst af de interviewede virksomheder, og vi vurderer at den er af væsentlig betydning.

Især forekommer Køge-ruten at være uhensigtsmæssigt placeret i forhold til turiststrømmen, og forbindelsen er for tidskrævende. Det er vurderingen, at den ene færge med fordel vil kunne flyttes fra Køge-ruten til Ystad-ruten.

Uden for sæsonen kan man på denne måde øge frekvensen på Ystad fra to til fire daglige afgang. Dette giver bedre vilkår for persontrafik, men en afledt effekt er, at der åbnes op for konkurrence på vognmandsområdet, hvilket også skønnes at være til fordel for det samlede bornholmske erhvervsliv.

6. Turisme og oplevelsesøkonomi

6.1. Turismeklyngen på Bornholm

Rapporten "Udgangspunkter for vækst på Bornholm" fra Copenhagen Economics (November 2005) opererer med turisme som en selvstændig klynge på Bornholm.¹¹ Ifølge denne rapport beskæftigede turismeklyngen i 2004 679 fuldtidsansatte. Dermed er turisme den anden største af de bornholmske klynger.

De forskellige erhvervs indtjenings- og beskæftigelsesmæssige betydning kan opgøres på mange forskellige måder. Anvendes den regionaløkonomiske input-output model fra VisitDenmark og AKF (TØBBE/LINE) fås følgende hovedtal for Bornholm:

- Direkte og afledt omsætning: 998 mio. kr.
- Direkte og afledt værditilvækst: 609 mio. kr.
- Direkte og afledt beskæftigelse: 1.687 årsværk

Tabel 5.1. Virksomheder i den bornholmske turistklynge

Virksomheder	Antal steder
Trafikvirksomheder	6 ¹²
Betalingsattraktioner	6 ¹³
Hoteller	35 ¹⁴
Vandrehjem	6
Campingpladser	16
Restaurations	67 ¹⁵
Pakkerejsearrangører	21 ¹⁶

¹¹ Denne klynge omfatter virksomheder inden for hoteller, campingpladser, charterflyvning, anden forlystelsesvirksomhed i øvrigt, anden servicevirksomhed i øvrigt, feriecentre og andre faciliteter til korttidsophold, catering og diner transportable, anden hjælpevirksomhed i forbindelse med skibsfart, lufthavne mv. samt biludlejning. Herudover har turismen også stor afledt betydning for indtjening og beskæftigelse i detailhandel og håndværk.

¹² Omfatter virksomheder der tilbyder sø og lufttransport til Bornholm

¹³ Der findes selvfølgelig flere end 6 betalingsattraktioner på Bornholm, men de 6 attraktioner med flest besøgende er Joboland, NaturBornholm, Middelaldercentret, Bornholms Museum, Bornholms Kunstmuseum og Olof Høst Muset. Herudover er der en række kulturarvs og natur attraktioner hvor der er fri adgang for turisterne

¹⁴ 35 hoteller med i alt 1.950 værelser og 5.765 hotelsenge. Antallet af hoteller er siden 1994 reduceret fra 54 hoteller. En stor andel af hotellerne udgøres af "uklassificerede hoteller" som pensionater o.l. Der findes 13 klassificerede hoteller på Bornholm.

¹⁵ Restaurations og spisesteder omfatter også de hoteller der markedsfører spisemulighed. Uofficiel optælling fra telefonbog

¹⁶ Omfatter turist- og rejsebureauer med rejser på eller til Bornholm.

Overnatningssteder, restaurationer, attraktioner og turoperatører må siges at udgøre kernen i den såkaldte turismeklynge. I tabel 5.1 ses en oversigt over antal enheder (2005) i de forskellige kategorier.

Opgjort på denne måde består den bornholmske turismeklynge således af 175 aktører. I praksis er det dog vanskeligt at gennemføre en eksakt afgrænsning af turismeklyngen. Flere af de nævnte aktører henter således en del af deres indtjening fra den fastboende befolkning og andre aktører, indenfor eksempelvis detailhandel og håndværk, har en betydelig del af deres indtjening fra turismen.

Nedenfor følger en kort beskrivelse af de syv turismevirksomheder, der er indgået i denne undersøgelse:

NaturBornholm

Oplevelsescentret NaturBornholm byder på oplevelser og viden om den unikke bornholmske natur. Centret blev indviet i 2000 og finansieret af bl.a. Feriefonden. Geologisk set ligger centret lige på kanten af Den Fennoskandiske Randzone. Brudzonen starter i Skagerrak og går midt gennem Bornholm og fortaber sig i Sortehavet. På Bornholm er brudlinien bare synlig - lige under jordoverfladen - så uden for centret kan man altså bogstaveligt talt skræve over 1200 millioner år. Centret havde 65.000 gæster i 2004 og 60.000 gæster i 2005. Omregnet til årsværk er der 12 ansatte i virksomheden, men 24 medarbejdere er knyttet til NaturBornholm.

NaturBornholm er organiseret i to søjler. En turistdel, der også omfatter aktiviteter rettet mod lejrskoler og en undervisningsdel, både rettet mod undervisningsinstitutioner ovre og forskellige skoler på Bornholm. NaturBornholm er en atypisk turistvirksomhed derved, at de har højsæson i april/maj og aug/sep.

Hotel Friheden

Mellemstort, familieejet hotel. Hidtil har der været tale om et sæsonåbent hotel, men fra 2006 er det planen at holde helårsåbent. I højsæson er der op til 13 ansatte. På årsbasis er der 6,5 årsværk. Hotellet har tidligere satset meget på organiserede rejser (bl.a. pensionister på busrejse) men er i gang med at omlægge til individuelle ferierejsende.

Middelhavet Rundt

Restaurations/underholdningsetablissement etableret i et tidligere forsamlingshus. Ejer har haft denne restaurant i knapt et par år. Historien om Middelhavet Rundt er i en vis udstrækning historien om humlebien der ikke ved at den ikke kan flyve. I den korte tid restauranten har eksisteret er det lykkedes at trække en række landskendte underholdere til øen. Ofte med fulde huse og en deraf følgende rimelig økonomi til følge. Han satser på det folkelige og målgruppen er det modne publikum. Uden for sæsonen er underholdning og spisning et integreret produkt men i turistsæsonen fungerer Middelhavet Rundt også som almindelig restaurations.

Sannes Familiecamping

Bornholms eneste firestjernede campingplads. Nuværende ejer overtog virksomheden for 15 år siden. Dengang var der tale om en meget nedslidt campingplads hvor standarden lå langt under de væsentligste konkurrenters. Der er 8 ansatte i højsæsonen. På årsbasis beskæftiger virksomheden ca. 2½ årsværk foruden ejer. I starten blev virksomheden drevet som deltidbeskæftigelse, men de sidste 11 år har virksomheden givet mand og hustru fuldtidsbeskæftigelse.

Action Tour Bornholm

Arrangør af oplevelsesture og forskellige former for ”begivenheder”. Virksomheden satser primært på erhvervsturisme, men har dog også enkelte arrangementer for almindelige turister og lejrskoler.

Virksomheden blev etableret i 1988. Den gang var virksomheden den eneste af sin art på Bornholm, og også en af de første i Danmark. Indehaver var ved etablering af virksomheden ansat i militæret. Det startede som en fritidsbeskæftigelse der over et par år udviklede sig til en fuldtidsvirksomhed.

Virksomheden beskæftiger på årsbasis 5 fuldtidsansatte. Foruden ejer er to personer ansat hele året. Der ud over trækkes der på en række Freelancere ved større arrangementet. Omsætningen ligger på 4 – 5 mio. kr. pr. år.

Bornholmtours

Familieejet virksomhed der beskæftiger sig med sommerhusudlejning, rejsebureauvirksomhed og turistinformation. Virksomheden blev overtaget af de nuværende ejere i 2002. Den gang overtog man Bornholmstrafikkens rejsebureauvirksomhed og de turistaktiviteter der hidtil have været varetaget af den daværende Nexø kommune.

I de første år øgede man omsætningen kraftig gennem inddragelse af nye aktiviteter, men i de senere år har omsætningen været stabil. På årsbasis beskæftiger virksomheden 8 fuldtidsansatte. Virksomheden er ikke så sæsonpræget som de fleste andre virksomheder inden for branchen. Antallet af ansatte varierer typisk mellem 7 og 9 hen over året.

Christiansøfarten

Virksomheden er egentlig en transportvirksomhed, og som sådan indgår virksomheden i denne klynge. Imidlertid er virksomheden så afhængig af den bornholmske turisme, at vi også har valgt at inddrage virksomhedens betragtninger og forslag i turismeafsnittet.

Christiansøfarten er et lille rederi, der driver skibsfart mellem Bornholm og Christiansø. Fra juni 2006 udvides forretningen med et nyt skib som skal sejle på den nye rute mellem Allinge og Simrishamn i Sverige. Den primære indtægtskilde kommer fra turisme. Virksomheden har 10-11 fuldtidsansatte i sommersæsonen og et par stykker udenfor sæsonen.

6.2. Virksomhedernes forslag til indsatsområder

Behov for bedre adgang til og fra Bornholm

Alle interviewede aktører inden for turismesektoren pegede på behovet for bedre tilgængelighed som det væsentligste indsatsområde for den offentlige sektor. Uden bedre trafikforbindelser vurderes det som meget vanskeligt at udvikle den bornholmske turismesektor. På hvilken måde, og indenfor hvilke økonomiske rammer, en trafikløsning skal findes, er der delte meninger om, men det foreslås at de offentlige myndigheder i god tid inden næste trafikforlig klart definerer de bornholmske krav/ønsker til en trafikløsning. Langt de fleste aktører inden for turismeklyngen har den holdning, at vækstforumet *aktivt* må gå ind i arbejdet med at forbedre de bornholmske trafikforbindelser.

Behov for ledelsesudvikling via virksomhedsnetværk/bestyrelser

Én af virksomhederne peger på, at den bedste form for ledelsesudvikling opnås ved direkte sparring med dygtige virksomhedsledere inden for samme branche. Da man indenfor turistbranchen på en gang er kollegaer og konkurrenter kan det godt være vanskeligt at etablere sådanne grupper på lokalt niveau. Det foreslås derfor at der etableres erfa-grupper eller alternativt ”bestyrelser” med deltagelse af virksomhedsledere fra andre områder af Danmark. Det er dog vigtigt, at initiativ til et sådant samarbejde kommer fra virksomhederne selv. Det er de bornholmske virksomheder der skal tage initiativ og de skal selv finde ud af hvem de ønsker at samarbejde med. De offentlige erhvervsfremmeaktører skal kun understøtte processen organisatorisk.

Ønske om en ændret markedsføringsindsats

Flere af virksomhederne peger på, at de overordnet godt tilfreds med Destination Bornholms indsats. Der er dog behov for en styrkelse, der er stadig ressourcespil, når lokale turistbureauer gang på gang udarbejder indsatser som overlapper. Gennem en bedre vejledningsindsats samt koordination af turisterhvervet på Bornholm skulle målet være at højne kvaliteten i de bornholmske turismevirksomheder.

De offentlige erhvervsfremmeaktører på turismeområdet (Destinationen og Erhvervscentret) kunne desuden godt være mere aktive når det drejer sig om at sikre de bornholmske virksomheder direkte kontakt til udenlandske kunder. For hotellernes vedkommende kunne det være hensigtsmæssigt med hjælp til at sikre virksomhederne en plads hos de tyske rejsebureauer. Dette arbejde er i dag helt overladt til virksomhederne. Skulle man i turismeerhvervet kunne gøre brug af en erhvervsambassadør kunne det være en person der i en periode primært havde til opgave ”at sparke døre ind” hos turoperatører på det tyske marked.

Erhvervsfremme bør tage udgangspunkt i virksomhedernes ideer

Én af virksomhederne mener, at det er vigtigt, at de lokale virksomheder har direkte indflydelse på den strategi og den politik som de lokale erhvervsfremmeaktører følger. Der er en tendens til, at indsatsen bliver lidt for elitær og uden føling med hvad de lokale virksomheder ønsker. Til tider udvikles der projekter som de ansatte synes ”er smart”, men som virksomhederne ikke kan se det helt store behov for.

Kan turismevirksomhederne fortsat udvikles?

De fleste af øens turistvirksomheder er beliggende i nærheden af kysten og i nogle tilfælde er de også placeret i miljøfølsomme områder. Derfor kræver om- og udbygninger næsten altid involvering af de offentlige myndigheder. Her efterlyser en virksomhed en klarere udmelding fra kommunen om kommunen ønsker erhvervsaktivitet i det pågældende område eller ej.

Behov for en ”Virksomhedsambassadør”

Flere af turismevirksomhederne efterlyser en ”Virksomhedsambassadør” snarere end en ”Erhvervsambassadør”. Virksomhederne ønsker et kontor, eller en person, hvor de kan henvende når de har en ”sag” der involverer kommunen. Denne person skal være virksomhedernes repræsentant i forhold til kommunen og han skal sikre en smidig sagsbehandling – især i sager der involverer flere af kommunens virksomheder. På denne måde skal virksomhederne sikres en og kun en indgang til det offentlige.

En aktivt opsøgende indsats fra det offentlige

Én af turistvirksomhederne foreslår at kommunen/erhvervsfremmeaktørerne en gang om året og på eget initiativ kommer ud til virksomhederne for at høre hvilke problemer og udfordringer virksomhederne står overfor. Til tider kan det være vanskeligt for virksomhederne at henvende sig til kommune eller Erhvervscenter, når man ikke ved på hvilke områder kommunen eventuelt ville kunne bistå.

Sats på en forbedring af kvaliteten af de bornholmske turistprodukter

Én virksomhed foreslår at arbejde for at forbedre kvaliteten af de bornholmske turistprodukter ”hele vejen rundt”. Der skal skabes kvalitet helt ned til ”pølsevognen på havnen”, så den måske er lidt pænere. På den måde skal der skabes et image af Bornholm som en ø med turistattraktioner, der hele vejen rundt er af høj kvalitet.

Nedprioritering af hotelsektoren er et regionaløkonomisk problem

En anden virksomhed peger på, at det må være et regionaløkonomisk problem for Bornholm, at der i disse år nedlægges så mange hoteller og at der i stedet etableres ferielejligheder. Økonomisk giver hoteldrift anledning til langt større omsætning og dermed lokal beskæftigelse både på hotellerne og i tilknyttede servicevirksomheder. Ejer vurderer at der over de senere år er nedlagt omkring 2000 hotelsengepladser. Omlægningen til ferielejligheder er i de fleste tilfælde en økonomiske gevinst for den nuværende ejer, men den stadige reduktion i hotelkapacitet gør det vanskeligt at udvikle denne del af den bornholmske turistsektor

Behov for opprioritering af indsatsen på det polske marked

Både Christiansøfarten og NaturBornholm ser for Bornholm et stort potentiale i det polske marked. Flertallet af de bornholmske virksomheder fokuserer derimod på det tyske og danske marked og derfor er det vanskeligt i regi af et medlemsbaseret ApS som Destination Bornholm at blive enige om en satsning på det polske marked. Her kunne kommunen gå i forvejen og igangsætte et arbejde målrettet det polske marked.

Brug NaturBornholm som andet end en turistattraktion

Muligheden for oplevelser får stadig større betydning for turisternes valg af destination. På få år har NaturBornholm udviklet sig til den største betalingsattraktion på Bornholm. Imidlertid skal NaturBornholm udnyttes effektivt hele året rundt hvis det skal kunne lade sig gøre at sikre en fornuftig driftsøkonomi i centret.

NaturBornholm har moderne undervisningslokaler og mange højtuddannede medarbejdere der gør, at øens folkeskoler og andre undervisningsinstitutioner med fordel ville kunne samarbejde langt mere aktivt med NaturBornholm. Virksomheden foreslår på den baggrund, at man på politisk niveau beslutter sig for at ville sammentænke den bornholmske undervisning på naturfagsområderne på tværs af de forskellige institutioner.

Kommunal støtte til de bornholmske attraktioner

Flere af de bornholmske attraktioner er sandsynligvis økonomiske nettobidragydere til den bornholmske økonomi. Imidlertid er det vanskeligt at få driftsøkonomisk balance uden et kommunalt driftstilskud. NaturBornholm foreslår på den baggrund, at Bornholms kommune giver et kommunalt driftstilskud til virksomheden.

6.3. Vurdering

Gode potentialer for vækst

Den del af økonomien der relaterer sig til oplevelser og turisme er generelt set i vækst og der forventes også i de kommende år kraftig vækst inden for disse brancher. Dansk turisme i almindelighed og bornholmsk turisme i særdeleshed har i en årrække været i en form for krise og der har været et mærkbart fald i antallet af udenlandske turister.

Bornholm er en af landets ældste turistdestinationer og samtidig er det en klart afgrænset destination med en meget tydelig profil og et positivt image hos i hvert fald den danske befolkning. Bornholm har derfor som udgangspunkt gode forudsætninger for at genoprette væksten i erhvervet.

Turistbranchen efterlyser anerkendelse af deres erhverv

Det er et fænomen i tiden, at forskellige grupper kræver respekt for netop deres gruppe fra det øvrige samfund. I den forbindelse er det måske ikke i så høj grad respekt turistbranchen efterlyser, men mere en anerkendelse på

linie med det øvrige erhvervsliv. Branchens aktører har den opfattelse, at de af kommune og Erhvervscenter betragtes som 3.klasses ”softice-svingere” i forhold til de traditionelle produktionserhverv. Erhvervet vil tages seriøst af det offentlige system, og derfor håber de, at den bebudede turismestrategi kan blive første skridt til en målrettet offentligt satsning på erhvervet.

Offentlig/privat-samarbejde i forbindelse med begivenheder

Forskellige former for begivenheder, såsom Lystfiskerkonkurrencer, kapsejladser, koncerter og kulturuger synes at være velegnet til at forlænge og udvide den traditionelle turistsæson. Bornholm har relativt gode erfaringer på dette område.

De enkelte turistvirksomheder kan ikke på egen hånd løfte sådanne arrangementer, og omvendt får man heller ikke den fulde udnyttelse af potentialet, hvis ikke det offentlige samarbejder med erhvervet omkring udvikling af ”begivenheder”. Derfor bør man også i fremtiden søge at udvikle forskellige offentlige/private begivenheder der kan trække turister til øen uden for sæsonen

Erhvervsfremme i turismen – mellem to eller flere stole?

Destination Bornholm er en paraplyorganisation, der primært har ansvaret for at markedsføre Bornholm eksternt. Bornholms Erhvervscenter og Bornholms Erhvervsskole er offentlige aktører, der arbejder med erhvervsfremme og kompetenceudvikling indenfor en lang række brancher, herunder også turismen. Herudover har Bornholms Regionskommune, primært gennem Erhvervs- og Arbejdsmarkedssekretariatet, Natur&Miljø samt Plan&Byg, en række aktiviteter og berøringsflader med turismeerhvervet.

For de private aktørerne er det vanskeligt at overskue, hvem af disse offentlige og halvoffentlige aktører, der har ansvaret for hvad, og ind imellem flyder det hele sammen til ”dem på kommunen”. Hvis man betragter det offentlige Bornholm som én aktør, kan de forskellige initiativer komme til at virke ukoordineret. Det vurderes, at den offentlige indsats på turismeområdet kan koordineres bedre end i dag.

Kompetenceudvikling i turismeerhvervet

De forskellige aktører inden for turismebranchen har meget forskellige holdninger til behovet for kompetenceudvikling og til hvorledes man i givet fald bedst kan opnå et løft i kompetenceniveauet.

Generelt set vurderes kompetenceniveauet bedst at kunne forbedres via etablering af virksomhedsnetværk og forskellige former for coaching og sparring. Da Bornholms turismevirksomheder både er hinandens kollegaer og konkurrenter er det vores vurdering at sådanne initiativer skal etableres på tværs af regioner. Bornholmske virksomheder skal altså hjælpes til et langt tættere med virksomheder uden for øen.

Barrierer i forbindelse med tilgængelighed

Øens manglende tilgængelighed er nok den væsentligste barriere for vækst i erhvervet. Der er flere årsager til at en forbedring af tilgængeligheden er nødvendig. En af årsagerne er, at den gennemsnitlige opholdslængde er faldet drastisk de senere år.¹⁷ For at kompensere for den faldende opholdslængde er det nødvendigt med flere besøgende for at kunne fastholde eller udvide antallet af overnatninger på øen.

En anden årsag til, at der er behov for øget kapacitet og frekvens er, at den generelle velstandsstigning i samfundet, som øger befolkningens efterspørgsel efter rejser og ferier. Hvis Bornholm ikke er tilstrækkelig tilgængelig vil øen ikke få del i denne forventede efterspørgselsstigning.

Barrierer i forbindelse med lederudvikling og risikovillighed

De følgende forhold vurderes at være de vigtigste barrierer for vækst indenfor turismeklyngen:

- Manglende muligheder for lederudvikling i form af netværk, coaching og sparring.
- Manglende risikovillighed blandt finansielle investorer. Mange aktører inden for branchen oplever at kreditforeninger, banker og fonde er mere end uvillig til at skyde kapital i turistvirksomheder, og når det endelig sker, er det kun mod sikkerhed anlægsaktiver. Dette er et problem i en branche, hvor en stigende del af kapitalen bindes i ikke-fysiske aktiver.
- Klyngens manglende kapacitet til at ekspandere på markeder udenfor Danmark, Tyskland og Sverige
- Mangel på kvalificeret arbejdskraft kan i løbet af en kort årrække blive et problem for den bornholmske turisme. I dag er en stor del af den bornholmske ungdom i højsæsonen beskæftiget i turistsektoren. I løbet af en kort årrække vil den demografiske udvikling dog medføre en kraftig reduktion i antallet af unge på Bornholm.

¹⁷ På Bornholm er opholdslængden faldet med ca. 24% over de seneste fem år.

7. Maskiner og teknik

7.1. *Maskinklyngen på Bornholm*

Der er 459 beskæftigede i maskin- og teknik-klyngen på Bornholm. Beskæftigelsen i klyngen vokser i samme takt som på landsplan, men klyngens andel af den Bornholmske klyngebeskæftigelse er stigende. I klyngeanalysen fra Copenhagen Economics betegnes denne klynge derfor som en "fremspirende klynge".

Imidlertid er Bornholms andel af klyngebeskæftigelsen i maskin- og teknikområdet noget lavere end Bornholms andel af den samlede klyngebeskæftigelse (ca. 0,4 % overfor 0,75 %).

På dette grundlag forekommer det noget dristigt at konkludere, at en stigning i denne andel på under 0,1 % indebærer, at der er tale om en "fremspirende klynge". En alternativ hypotese kunne være, at væksten i andelen er fremkommet ved et fald i andre erhverv. Om der således faktisk er tale om en erhvervsklynge i den forstand, at de omfattede virksomheder har fordele ved samlokalisering, synes at krævet mere detaljerede undersøgelser af virksomhederne. Copenhagen Economics konstaterer da også, at klyngen ikke er specialiseret endnu.

I forbindelse med vurderingen af potentialer og barrierer for vækst har vi besøgt fem virksomheder indenfor området, som præsenteres nedenfor.

Brdr. Madsen Motor ApS

Virksomheden er en underleverandørvirksomhed, som udfører service og reparation, samt fremstiller komponenter og delelementer til motorer og maskiner. Der er tale om en traditionel maskinfabrik med drejning af små og store emner i jern og rustfrit stål.

Den nuværende direktør startede i virksomheden i 1991 som lærling. I 2000 købte han virksomheden sammen med sin svoger. Virksomheden yder dels service til de bornholmske fiskere og er dels underleverandør til projekter rundt om i Danmark. Trods nedgang i fiskeriet har virksomheden i de sidste par år oplevet en stabil fremgang i form af større markedsandele, større omsætning og flere medarbejdere. Foruden de to direktører er der syv medarbejdere - to automekanikere, tre klejnsmede, en kontoruddannet og en maskinlærling. De står i begreb med at ansætte en ottende medarbejder.

Tejn Smedeforretning

Tejn Smedeforretning er en maskin- og Vvs-virksomhed med speciale i fremstilling og montering af udstyr til rensningsanlæg. Desuden producerer virksomheden biogasanlæg. Ca. halvdelen af virksomhedens omsætning kommer fra opgaver på Sjælland og Fyn. Dette er ikke resultat af en strategi eller af et målrettet markedsfremstød, men af personlige kontakter. Virk-

somhedens væsentligste udfordring er at finde en ny ejer, idet den nuværende ejer ønsker at stoppe og gå på efterløn. Der er 12 ansatte, fortrinsvis smede.

Østbornholms Kutterservice

Østbornholms Kutterservice er en maskinfabrik, som hovedsageligt producerer maskiner til fiskeindustrien. Ca. 10 procent af virksomhedens produktion er reparation af kuttere. Markedet for virksomhedens produkter ligger hovedsageligt udenfor Bornholm, således er norske fiskere de største aftagere af virksomhedens produkter.

Den eneste omsætning, som stammer fra opgaver på Bornholm, er i forbindelse med reparation af skibe. Det bornholmske marked er dog i kraftig tilbagegang. Virksomheden beskæftiger i alt 13 personer, hvoraf de 12 er maskinarbejdere og smede mens den sidste er en kontordame.

Norfo

blev grundlagt i 1982 og er nu en del af Scanvægt International A/S, der har hovedkontor i Århus. Norfo laver maskiner og anlæg til f.eks. fiske- og kødindustrien. Virksomhedens ekspertise er maskiner, der meget præcist kan skære kød og fiskestykker i bestemte portionsstørrelser (portion slicing). 97 % af virksomhedens omsætning stammer fra eksport, og virksomheden sidder på 40 pct. af verdensmarkedet for maskiner til portion slicing.

Omsætningen er stigende, men antallet af medarbejdere har ligget meget stabilt – blandt andet pga. outsourcing af dele af produktionen, således at virksomheden dels har kunnet reducere produktionsomkostningerne, og dels har kunnet koncentrere sig om udvikling af virksomhedens produkter. Outsourcing sker til lokale virksomheder, til Århus og til Letland. P.t. er der 67 medarbejdere i virksomheden, heraf er størstedelen smede, elektrikere og lærlinge. Desuden er der ansat 20 teknikere (ingeniører, konstruktører etc.) og resten af medarbejderstaben er kontoruddannede. Medarbejderstabens sammensætning har ændret sig som følge af outsourcing, således at der nu er færre timelønnede og flere teknikere ansat end tidligere.

TN's Maskinværksted ApS

TN's Maskinværksted er et lille ejerledet maskinværksted, som løser service- og reparationsopgaver på Bornholm og i København. Desuden producerer virksomheden rustfri ståltanke til blandt andet Grønland. Virksomheden er inde i en god udvikling. Ejeren (TN) er konstruktør. Der er otte smede og maskinteknikere ansat i virksomheden. TN's kone klarer virksomhedens økonomi.

KK Titan Svejs

KK Titan Svejs er et énmandsfirma. Virksomheden har tidligere haft en ansat. Indehaver har været selvstændig i de sidste fem år. Firmaet er specialiseret i højkvalitets svejsning i titan, en kvalitet der især bruges af virksom-

heder der arbejder i offshore-branchen. Indehaver har i mange år (også inden etableringen) arbejdet meget i Norge, som har en langt større offshore-industri end Danmark. Det var et større projektarbejde for en norsk kunde, der i sin tid gav anledningen til at starte som selvstændig. I de senere år er der investeret kraftigt i bygninger og maskiner og indehaver forventer at investeringsomfanget vil blive mindre i de kommende år. Hele virksomhedens overskud er blevet geninvesteret i virksomheden siden etableringen.

7.2. Virksomhedernes forslag til indsatsområder

Behov for udvikling af ledelseskompetencer

Tre af de fem virksomheder giver udtryk for et stort behov for tilbud om lederudvikling og kurser, som kan understøtte den forretningsmæssige udvikling.

Således oplever ledelsen i Brdr. Madsen f.eks. en mangel på viden om regnskab og handel, men samtidig er ledelsen så involverede i driften, at det er vanskeligt at afse tid til at deltage i kurser. TN's Maskinværksted efterlyser lokale, billige ledelseskurser. Norfo savner lokale tilbud om kurser i projektledelse og forandringsledelse.

Kvalificeret arbejdskraft

De allerfleste virksomheder har i større eller mindre grad oplevet problemer i forbindelse med rekruttering af medarbejdere med videregående uddannelse. Alle giver udtryk for, at dette er et vigtigt – flere endda for, at det er det suverænt vigtigste – indsatsområde for det offentlige. Norfo foreslår, at der arbejdes for etablering af en teknisk uddannelsesinstitution på øen

Hurtigere og smidigere offentlig byggesagsbehandling

Flere af virksomhederne peger på en indsats for at effektivisere byggesagsbehandlingen. Man ser en tung og langsom sagsbehandling som en vigtig hæmsko for Bornholms udvikling.

Én virksomhed foreslår i forlængelse heraf, at Regionskommunen giver tilladelser til at der kan bygges flere sommerhuse på Bornholm for at tiltrække aktive borgere, mens TNs Maskinværksted foreslår at man konverterer tomme kommunale bygninger til billige erhvervslejemål.

EU-støtte til virksomhedernes udviklingsprojekter

Norfo giver udtryk for, at et vigtigt indsatsområde for det offentlige er at skaffe EU-midler til at finansiere virksomhedernes udviklingsprojekter.

Friske pust fra den store verden

Norfo har haft gode erfaringer med lokale erhvervspolitiske arrangementer, hvor en række foredragsholdere kom til Bornholm for at tale om erhvervspolitiske emner og dermed give de Bornholmske virksomheder mulighed for at få ny inspiration.

Bistand til markedsudvikling

Flere af virksomhederne finder, at der er behov for direkte virksomhedsstøtte til markedsføring og til at formidle kontakt til potentielle kunder. Mikrovirksomheden KK Titan Svejs peger på et behov for kurser i salg og markedsføring, samt i ISO certificering. I denne forbindelse fremhæver TN's Maskinfabrik vigtigheden af, at Vækstforum Bornholm kommer i tæt kontakt eller lignende med øens virksomheder.

7.3. Vurdering

Potentialet for vækst i klyngen – men ikke i alle dens virksomheder

Det er vores vurdering, at der i mindre grad er tale om en egentlig klynge-dannelse. Der er en vis tilknytning mellem flere af virksomhederne og fiskerierhvervet, men virksomhederne har reageret meget forskelligt på tilbagegangen i erhvervet. De traditionelle maskinfabrikker er således stagneret i kølvandet på tilbagegangen i fiskeriet og har kun delvist formået at opdyrke nye markeder.

To af de fiskeri-tilnyttede virksomheder har dog formået at skabe en positiv udvikling, den ene gennem eksport, den anden gennem specialisering, brug af højteknologi og outsourcing af enkle processer. Denne udvikling har været muliggjort af, at virksomheden er en del af en større koncern, hvor man kan trække på viden, bl.a. om teknologi og markedsføring.

Der er således ikke tvivl om, at der i tilknytning til fiskeriet er udviklet en specifik know-how indenfor maskinområdet, som potentielt kan omsættes i vækst i denne klynge.

For de virksomheder, som i dag fungerer som underleverandører, vurderer vi, at vækstpotentialer at være mere tvivlsomt, især i lyset af at flere af virksomhedslederne giver udtryk for, at de ikke *sigter* på vækst i virksomheden. Virksomhedernes underleverandørstatus har formentlig til dels været betinget af de relativt lave lønomkostninger på Bornholm, og da der hovedsageligt er tale om meget enkel produktion, vurderes det, at disse virksomheder er i overhængende fare for at blive udkonkurreret af virksomheder i udlandet.

Barrierer: Lederudvikling, mangel på kvalificeret arbejdskraft, investeringer
Følgende barrierer vurderes at være vigtige i forbindelse med realiseringen af de potentialer, som er nævnt ovenfor.

Lederudvikling og kvalificeret teknisk arbejdskraft

Som allerede nævnt er der stor forskel på de besøgte virksomheders udvikling, og også på ledelsernes syn på behovet for ledelses- og forretningsudvikling. Et par af virksomhederne ser således ikke noget behov for at udvikle virksomheden og heller ikke for opgradering af de ledelsesmæssige kvalifikationer.

I denne klynge som i flere af de øvrige har lederne i mange tilfælde en kort branchemæssig uddannelse og ingen eller kun sporadisk forretningsmæssig eller ledelsesmæssig efteruddannelse. Det er derfor vores vurdering, at der er behov for lederudviklingstiltag, som imødekommer de særlige behov, som findes i denne klynge, herunder et behov for at holde sig ajour med udviklingen i de brancher, som virksomhederne afsætter deres produkter til.

Det er dog et åbent spørgsmål, om der kan skabes det tilstrækkelige grundlag for aktiviteterne, set i lyset af de holdninger, som udtrykkes af flere af de interviewede. Det er vores vurdering, at behovet for udbud af lederudviklingsforløb, netværk, temadage eller lignende er meget påtrængende, men samtidig, at tilbuddene skal udformes i tæt samspil med de potentielle "kunder" og at de skal markedsføres temmelig aggressivt og personligt for at opnå effekt over en bred front.

Ydermere er det vores vurdering, at kvalifikationsniveauet på Bornholm er en central barriere for væksten i denne klynge, som afhænger kritisk af tilgang til opdateret teknisk viden og kompetencer.

Mangel på investeringer

På trods af, at viden bliver stadig vigtigere som strategisk konkurrenceparameter i denne klynge, er denne viden stadig bundet tæt op til kapitalkrævende udstyr.

Vækst forudsætter derfor, at der er den nødvendige risikovillige kapital til stede. Den kan som i tilfældet Norfo komme gennem opkøb, hvor den opkøbende virksomhed forstår at udnytte de strategiske fordele, der kan være i

nærheden til fiskeri eller havne eller den fysiske nærhed til de østeuropæiske markeder.

Imidlertid vurderes ingen af de omtalte underleverandørvirksomheder oplagte kandidater til opkøb, idet de ikke vurderes at besidde unik viden om produkter eller markeder, som kunne udnyttes i en større koncern.

8. Bygge- og anlæg samt byggematerialer

8.1. Byggeriklyngen på Bornholm

I analysen fra Copenhagen Economics betragtes byggematerialer som en særskilt klynge på Bornholm. I 2004 havde klyngen 157 ansatte og klyngen udgjorde dermed ca. 4 pct. af den samlede klyngebeskæftigelse på Bornholm. Til sammenligning lå Bornholms andel af den samlede klyngebeskæftigelse i Danmark samme år under 1 pct. Bornholm har i perioden 1995-2004 desuden øget sin andel af landets samlede beskæftigelse i byggemateriale-klyngen. Klyngen hører dermed til gruppen af såkaldte *specialiserede klynger der vinder terræn*.

I vores besøgsrunde hos bornholmske virksomheder har vi udvidet definitionen af klyngen til ud over byggematerialer også at omfatte virksomheder indenfor bygge- og anlægsområdet.

Følgende bornholmske virksomheder indgår i nærværende undersøgelse:

- Elcenter Aps. i Nexø
- Lobbæk Byggeforretning i Aakirkeby
- PH Byg i Hasle
- PL Enterprise A/S i Rønne
- Jens Møller A/S i Gudhjem
- Hasle Industries.

Elcenter Aps.

Virksomheden er 11 år gammel og har været i en rivende udvikling. Til at begynde med var der ca. otte ansatte i virksomheden og i dag er der 46 ansatte. For et par år siden blev virksomheden udvidet med en VVS-afdeling, ligesom virksomheden også er begyndt at sælge hårde hvidvarer. Endelig driver virksomheden en Punkt 1 forretning i Nexø.

Blandt de ansatte i virksomheden er der to på kontor, to butiksassistenten og to arbejdsmænd, mens resten er elektrikere eller Vvs-montører (svende og lærlinge). Ledelsen består af fire mand, hvor de tre har en håndværksmæssig baggrund og én er handelsuddannet. Et af virksomhedens konkurrenceparametre er, at de er i stand til at levere et produkt, der kombinerer el og VVS med en høj sans for kvalitetssikring til primært det bornholmske marked. Det er forsøgt at starte en smedeforretning i Polen, fordi man her ser et marked i udvikling.

Lobbæk Byggeforretning

Lobbæk Byggeforretning ApS blev grundlagt i 1906. Virksomheden startede som et tømrerfirma, og siden da er aktiviteterne blevet udvidet så de i dag også omfatter beton-, murer-, kloak-, snedker-, og tømrerarbejde. De fleste byggeopgaver projekteres på tegnestuen og virksomheden råder over velud-

dannede og erfarne medarbejdere til at udføre opgaverne. Virksomhedens projekter omfatter total-, hoved-, og fagentreprise, ligesom den også deltager i licitationer i et vist omfang.

Virksomheden beskæftiger i dag 45 mand men forventer at udvide med 5-10 ansatte hen over sommeren 2006. Udover tre ansatte i bogholderiet, er virksomhedens øvrige medarbejdere og dermed hovedparten af medarbejderne tømrere og murere (inkl. lærlinge). Virksomhedens primære marked er Bornholm, selvom virksomheden dog har solgt lidt typehuse på Sjælland og i Sverige. Der er dog ingen planer om at denne ad hoc eksport skal udvides eller systematiseres.

PH Byg

PH Byg Aps er en 4 år gammel virksomhed i Hasle, der beskæftiger sig med en bred vifte af opgaver indenfor byggeri. Virksomheden udfører bl.a. tømrer-, murer-, glas-, låse- og snedkerarbejde. Siden virksomhedens start er antallet af ansatte steget fra én til 14 ansatte.

I sommeren 2004 startede man en møbelafdeling, som i dag har 1-2 ansatte. Virksomhedens base på Bornholm er ved at være udbygget og konsolideret, og indenfor den nærmeste fremtid påbegynder virksomheden et partnerskab med en håndværker i København med henblik på at tage opgaver i københavnsområdet.

PL Enterprise A/S

PL Enterprise A/S er en entreprenørvirksomhed, der udfører jord-, beton-, tømrer- og murerarbejde. Virksomheden driver desuden selskabet Bornholms Kloakservice. Virksomhedens nuværende direktør startede som byggeleder i PL Enterprise i midten af 1990'erne. I 1997 blev PL Enterprise splittet op i flere aktieselskaber og efter en periode som leder af PL Enterprise A/S købte direktøren i 2002 alle aktierne i virksomheden.

PL Enterprise er en virksomhed i vækst – blandt andet er antallet af medarbejdere i de seneste par år steget fra i gennemsnit 80 til i gennemsnit over 100 medarbejdere. Virksomheden udfører primært opgaver på Bornholm og i mindre omfang på Sjælland.

Jens Møller A/S

Jens Møller A/S er en af øens større bygge- og anlægsvirksomheder. Virksomheden startede som entreprenørvirksomhed med mange opgaver for den offentlige sektor. Den beskæftiger i dag på årsbasis ca. 75 medarbejdere, men med noget variation hen over året. Virksomheden er – som andre virksomheder inden for bygge- og anlægsbranchen – stærkt konjunkturfølsom. Omsætning har været svagt stigende over de seneste fem år.

Hasle Industries A/S

Virksomheden ligger på det gamle Rabækkeværk der i sin storhedstid beskæftigede over 700 mennesker (hovedprodukt var keramiske drænrør).

Den nuværende ejer købte fabrikken af sin far for 3 år siden. Hasle Industries A/S laver ildfaste produkter (primært støbemateriale) til over 50 forskellige lande. Store og vigtige kunder er cementfabrikker fra hele verdenen. Virksomheden laver et ”støbemix”, som sælges til kunder, der selv støber ildfaste sten. Støbemixet baseres på en hemmelig recept som dog ikke kan patenteres. Produktet har langt bedre kvalitetsegenskaber end konkurrenternes produkter, men hører samtidig til i den dyre ende. Det er pt. 35 fuldtidsansatte på virksomheden. Omsætningen er øget fra 32 mio. kroner til 39 mio. kroner over de sidste tre år. I 2005 vil der for første gang være overskud (omkring 1,5 mio. kr.).

8.2. Virksomhedernes forslag til indsatsområder

Fokus på kompetenceudvikling

Flertallet af virksomhederne i byggebranchen efterlyser muligheder for ledelsesudvikling – f.eks. på områder som økonomi, markedsføring og ledelsesværktøjer. Ledelsen i de enkelte virksomheder benytter sig typisk af kurser udbudt gennem brancheorganisationer som Dansk Byggeri, men disse kurser foregår alle uden for Bornholm, hvilket medfører omkostningsfulde rejseaktiviteter og længerevarende fravær fra virksomheden. Samme problem med rejseaktivitet og fravær gør sig gældende i forbindelse med uddannelse af medarbejdere, som er nødsaget til at følge uddannelsesforløb uden for Bornholm.

Virksomhederne efterlyser kurser, der er

- praktisk anvendelige (dvs. ikke alt for teoretiske)
- brancherelevante
- korte, billige og lokale dvs. de foregår på Bornholm

Det pointeres, at det især i små virksomheder er svært at undvære nøglemedarbejdere i længere perioder.

Behov for kvalificeret arbejdskraft

Manglen på kvalificeret arbejdskraft er den faktor, som virksomhederne alle peger på som den væsentligste vækstbarriere. Vurderingen er, at det er svært - nærmest umuligt - at få kvalificeret arbejdskraft på Bornholm.

Virksomhederne peger blandt andet på, at unge, der tager væk fra øen for at studere, ikke vender tilbage efter endt uddannelse. Samtidig er det svært at tiltrække og fastholde folk, der ikke har nogen familiemæssig tilknytning til øen.

Behov for at tiltrække virksomheder, turister og nye beboere

Der peges i flere forskellige interview på nødvendigheden af at tiltrække virksomheder, turister og fastboende til øen, idet en sådan tilgang indebærer

øget aktivitet som vil komme både øen og byggebranchen til gode (nybyggeri, ombygning, reovering af hoteller etc.).

Dette kan blandt andet ske gennem øget markedsføring af øen samt forbedrede transportmuligheder til og fra øen. Det seneste færgeforlig beskrives som uhensigtsmæssigt, det var en fejl ikke at nedlægge passagertransporten på Køge-ruten og i stedet opprioritere hurtigruten fra Ystad til Rønne.

Behov for det offentlige som medspiller

Virksomheder oplever, at den regionalpolitiske ledelse og forvaltningen i nogle situationer fungerer mere som modspiller end som medspiller. Der efterlyses politiske visioner for øen (især på byggeområdet), kortere sagsbehandlingstider og at behandlingen af en ansøgning varetages af en enkelt sagsbehandler i stedet for at virksomhederne skal kommunikere med et utal af kommunale myndigheder. En virksomhed noterer en stigende tendens til, at opdelingen i økonomisk selvstændige enheder i Bornholms Regionskommune hæmmer samarbejdet med kommunen: Opdelingen i selvstændige enheder er gået for vidt, murene mellem de selvstændige enheder bliver stadig højere.

En virksomhed beskriver, hvordan samarbejdet med AF Bornholm ikke fungerer optimalt, AF synes at være fokuseret på opfyldelse af interne mål, snarere end på virksomhedernes behov. Det betyder, at der nogle gange sker pludselige og tilsyneladende umotiverede skift i retningen i AFs aktiviteter.

Bedre trafikforhold/infrastruktur

At Bornholm er en ø uden faste forbindelser til andre regioner indebærer nogle begrænsninger, som virksomheder i andre dele af landet ikke står over for. En velfungerende infrastruktur og ikke mindst hyppige og billige færgeforbindelser er derfor et væsentligt indsatsområde, når det gælder virksomhedernes vækstbetingelser.

Virksomhederne oplever, at det er besværligt at komme ”ud over Bornholm”, og at der er behov for en indsats på dette område. Der peges helt konkret på at gode transportmuligheder gør det mere attraktivt at bo og arbejde på Bornholm, og det ligeledes er en forudsætning for at virksomhederne kan udføre opgaver på f.eks. Sjælland.

8.3. Vurdering

Potentiale for vækst – hvis...

Bornholm har som resten af landet oplevet et byggeboom, som er kommet virksomhederne på øen til gode. En fortsat positiv udvikling påvirkes dog også af den generelle aktivitetsudvikling på øen. Aktivitet i andre brancher som f.eks. turisme indebærer med andre ord positive afledte effekter for byggebranchen. Dette sætter fokus på både markedsføring af øen og forbedring af transportmulighederne.

Et nøgleord i realiseringen af branchens potentiale er *innovation*. Som det er tilfældet med mange byggevirksomheder i resten af landet, er virksomhederne i den bornholmske byggematerialeklynge ikke særligt gode til at udvikle sig. De særlige transportmæssige udfordringer forbundet med virksomhedernes geografiske placering stiller imidlertid krav om at de bornholmske virksomheder gør en særlig indsats på dette område med henblik på at styrke deres konkurrencedygtighed – internt såvel som på markeder uden for Bornholm (Sjælland, Polen og Sverige). Fokusområder kunne være procesoptimering og øget anvendelse af IT i opgaveløsningen.

En væsentlig styrke er, at virksomhederne alle er udviklingsorienterede, hvilket ikke mindst afspejles i de gode eksempler på innovative tiltag. F.eks. Elcenter Aps. der kombinerer el og VVS med en sans for kvalitetssikring, og PL Enterprise A/S der etablerede et specialiseret 'kloak team'.

Indenfor området byggematerialer har Hasle Industries satset målrettet på innovation igennem de senere år, med gode resultater. Virksomheden demonstrerer, at det også på Bornholm er muligt at skabe avanceret produktinnovation, hvis der er de rette menneskelige resurser til stede som kan udnytte de positive finansielle muligheder der ligger i bl.a. Bornholms Erhvervsfond og EUs strukturfondsprogrammer.

Barrierer for vækst

Virksomhederne i undersøgelsen har fremhævet en række forhold, hvor de gerne ser en større indsats – blandt andet efterlyses lokale tilbud om kurser til både medarbejdere og ledelse. Af vækstbarrierer kan især manglen på kvalificeret arbejdskraft fremhæves.

Derudover vil markedsføringen af Bornholm samt udviklingen med hensyn til transportmulighederne være med til at sætte rammerne for den fremtidige aktivitetsudvikling på øen og dermed også efterspørgslen efter virksomhedernes ydelser og produkter.

Endelig kan der være behov for tilførsel af viden med henblik på at styrke udviklingsarbejdet i virksomhederne, således at virksomhederne på Bornholm får det bedst mulige udgangspunkt i konkurrencen med virksomheder udenfor øen.

9. Medier og kommunikation mv.

9.1. *Medier og kommunikation på Bornholm*

Analysen fra Copenhagen Economics peger på film og tv som en særskilt klynge på Bornholm. Klyngen havde i 2004 117 ansatte. Det betyder, at klyngen har en andel af den samlede klyngebeskæftigelse på Bornholm, som er større end film- og tv-klyngens andel af den samlede klyngebeskæftigelse på landsplan.

Samtidig er den bornholmske film- og tv-klynge vokset fra 1995 til 2004, så den i dag udgør 0,30% af den samlede klyngebeskæftigelse i Danmark. På den baggrund beskriver Copenhagen Economics klyngen som en "specialiseret klynge, der vinder terræn".

Bornholm er en lille økonomi, og få virksomheder kan derfor påvirke resultaterne af statistiske analyser stærkt. For film- og tv-klyngens vedkommende er tallene stærkt påvirkede af beskæftigelsen på TV2 Bornholm. Udviklingsmulighederne for TV2 Bornholm er igen i højere grad afhængig af politiske beslutninger og offentlige bevillinger end af f.eks. lokal erhvervsfremme eller lignende.

Af den grund har vi i undersøgelsen blandt bornholmske virksomheder udvidet undersøgelsen til at omfatte reklame/markedsføring. Ud over TV2 Bornholm (internetafdelingen) indgår derfor virksomheden Konnect, som er hjemmehørende i Nexø.

Konnect Kommunikation

Konnect Kommunikation er et reklamebureau, som leverer løsninger til både store og små virksomheder, private som offentlige. Virksomhedens ydelser spænder vidt, fra bistand til branding, markedsføringskampagner og udvikling af visuel identitet til bistand til kommunikationsstrategier. Virksomheden har mulighed for at tage en lang række redskaber i brug i forbindelse med de forskellige ydelser, f.eks. tekster, fotos, tv-reklamer, brochurer, magasiner mv.

Virksomheden sprang ud af et netværk af kreative folk (fortrinsvist fra København) som startede med at dele lokale og faciliteter. For 4 år siden besluttede de at samle kompetencerne i én virksomhed.

I dag er der 10 fastansatte i virksomheden: 2 fotografer, en journalist, en artdirector, tre grafikere, og tre projektledere. Som følge af tæt samarbejde med andre virksomheder er to medarbejdere for nylig flyttet over i en samarbejdende virksomhed og man har således været oppe på 12 fastansatte. Igennem samarbejde med eksterne partnere vurderer virksomheden at den beskæftiger yderligere 2 årsværk.

TV2 Bornholm – Internetafdelingen

TV2 Bornholm er en selvstændig, selvejede virksomhed i TV2-familien. Virksomheden beskæftigede med udgangen af 2004 ca. 70 ansatte, som fortrinsvis er beskæftigede med at producere TV. Antallet af beskæftigede er fra 2000 til 2004 steget fra ca. 58 til ca. 70.

I flere år har TV 2/Bornholm produceret Internet ud af huset. Den interne servicering af TV 2/Bornholms behov er den væsentligste del af virksomhedens drift. Internet afdelingen opstod fordi der i tv-produktionen opstod behov som det var mest hensigtsmæssigt at man dækkede internt. Sekundært har virksomheden en lille skare kunder og samarbejdspartnere, som der produceres for.

Produktet er totalløsninger indenfor hjemmesider. Produktionen indbefatter således bl.a. programmering, tekster, design, billeder, video og andet til hjemmesider. De vigtigste eksterne kunder er "Destination Bornholm", "Familie Ferie Bornholm", "Bornholm Hotels", "Bornholms trafikken" og "Christiansøfarten". Det er således hovedsageligt markedsføringssites, som virksomheden har opført.

Virksomheden vil gerne være på forkant med udviklingen indenfor programmering af hjemmesider og dette er den egentlige grund til at man har eksterne kunder. Eksterne kunder er således snarere midlet end målet. Internet-afdelingen består af 3 medarbejdere: en programmør, en grafisk designer og en deltidsleder/projektleder. Planlægningen i virksomheden bærer præg af den politiske situation og man skuer ikke længere ud i fremtiden end til det næste medieforlig.

9.2. Virksomhedernes forslag til indsatsområder

Behov for udvikling af ledelseskompetencer

Ledelsen i Konnect Kommunikation beskriver, hvordan den oplever et behov for ledelsesmæssig udvikling, som det pt. er vanskeligt at få dækket. Ledelsen mangler netværk, som den kan støtte sig til, og den oplever, at der ikke er nogen muligheder for at få coaching eller sparring igennem mentorordninger eller lignende. Virksomheden har i et vist omfang gjort brug af et rådgivningsfirma (Teknologisk Institut) i forbindelse med ledelsesudvikling.

Forslag om satsning på oplevelsesøkonomi

Virksomheden peger på, at Bornholm har gode forudsætninger for at kunne satse på "oplevelsesøkonomien" som et vækstområde. Øen virker i kraft af sin natur og placering tiltrækkende på kreative mennesker, der har brug for rum og luft og plads til fordybelse og fokusering. Konnect har f.eks. ikke haft problemer med at tiltrække kvalificerede medarbejdere i de forløbne år.

Det er i den forbindelse vigtigt, at repræsentanter for "den nye økonomi" (forretningsservice, udviklings/innovationstunge virksomheder) inddrages aktivt i Vækstforummets fremtidige arbejde.

Forslag om at udvikle Bornholm til "kreativ ø"

På baggrund af virksomhedens erfaringer med at være placeret på Bornholm foreslår dens ledelse og medarbejdere en satsning på Bornholm som "kreativ ø". Øen har en lang tradition for at tiltrække kreative mennesker indenfor kunst, kultur og kunsthåndværk. I de senere år har øen desuden tiltrukket mennesker indenfor den grafiske og kommunikative branche, samt foto- og filmbranchen. Der findes en række små, kreative IT-virksomheder, samt nogle meget kompetente enkeltpersoner med multinationale erfaringer indenfor IT og innovation. Samtidig er der de sidste år etableret netværk for kunsthåndværk og film- og fotobranchen.

På den baggrund foreslår Konnect, at det kreative potentiale på Bornholm skal synliggøres. Det skal ske gennem etablering af netværk på flere og nye områder, gennem særlige websites (virksomheden har allerede købt domænet www.kreativkraft.dk), gennem workshops, seminarer, gennem udgivelse af et magasin "Creative Island", måske en årlig højt profileret sommerskole med fokus på kreativitet, og på en række andre måder.

Behov for kvalificerede medarbejdere

TV2 Bornholm / internet har ingen intentioner om at vokse. Der arbejdes ikke for at skabe overskud eller udvikling i opgaveindtag eller medarbejderstab. Opgaverne for private kunder er kommet til, dels fordi TV2 har ønsket at være på forkant med udviklingen indenfor programmering af hjemmesider, dels fordi virksomheden har kunnet levere en vare på konkurrencemæssige vilkår, tilsyneladende fordi der ikke er nogen direkte konkurrence på Bornholm.

Internet-afdelingen på TV2 Bornholm vurderer selv, at der er et stort behov på Bornholm for virksomheder af samme type og med ansatte, der kan programmere/grafisk design, samt at det vil være endog rigtigt vanskeligt at finde medarbejdere med den type kompetencer, som der er brug for i forbindelse med avanceret programmering af hjemmesider.

Uopdyrket potentiale indenfor skræddersyede internet-ydelser

Ledelsen af internet-afdelingen vurderer i den forbindelse, at der er potentiale for 5-8 virksomheder på Bornholm af samme type som TV2/internet, der udvikler skræddersyede webløsninger.

Pt. er der på øen kun firmaer, der udbyder standardløsninger. Kunderne hos TV2/internet beskriver, at standardløsningerne ofte ender med at blive dyrere end de løsninger, der er skræddersyede efter konkrete behov. TV2/internet foreslår i den forbindelse, at man mere aktivt forsøger at tiltrække programmører, der ønsker at starte egen virksomhed på Bornholm, markedet er der.

9.3. Vurdering

Gode potentialer for vækst

Det vores vurdering, at der er et forholdsvis stort vækstpotentiale indenfor klyngen medier og kommunikation mv. på Bornholm. Vi bygger denne vurdering på informationerne fra de to virksomheder, som har indgået i undersøgelsen, på interview med erhvervsfremmeaktører på øen, og på eksisterende analyser af Bornholms udviklingspotentiale.

Beskæftigelsesmæssigt fylder klyngen dog ikke meget, og selv en høj vækst i klyngens beskæftigelse vil derfor kun kunne påvirke øens samlede beskæftigelse i mindre grad på kort og mellemlang sigt.

- Vækst kan dog have *positive afledte effekter*, da stærke virksomheder indenfor området medier og kommunikation sandsynligvis kan bidrage til den samlede profilering / branding / markedsføring af Bornholm overfor omverdenen, med positiv virkning på f.eks. turisme og tilflytning.

Klyngens vækstpotaler skyldes især de følgende forhold:

- Bornholm har et stort potentiale for at tiltrække grupper, som kan gøre brug af øens natur og placering som en *resource* i deres arbejdsliv, dvs. personer der har brug for de bedst mulige rammer for at kunne tænke og arbejde kreativt. Ledelse og medarbejdere i virksomheden Konnect Kommunikation er et klart eksempel.
- Virksomheden Konnect Kommunikation har et stort udviklingspotentiale. Dens ledelse og medarbejdere er ressourcestærke, udviklingsorienterede og innovativt tænkende. Virksomheden gør omfattende brug af IKT. Med de rette rammebetingelser vil virksomheden sandsynligvis kunne vokse hurtigt.
- Der er et uopdyrket marked for skræddersyede internetløsninger på Bornholm. TV2/internet har indtil nu dækket dette behov, men uden at det indgår i virksomhedens fremtidige udviklingsplaner.

Barrierer i forbindelse med lederudvikling og risikovillighed

De følgende forhold er efter vores vurderinger de vigtigste barrierer for vækst indenfor klyngen:

- Manglende muligheder for lederudvikling i form af netværk, coaching og sparring.
- Manglende risikovillighed blandt potentielle iværksættere indenfor internetområdet.
- Manglende kapacitet til at ekspandere på markeder udenfor Bornholm.
- Mangel på kvalificeret arbejdskraft indenfor visse områder (hjemmesideprogrammering).

Det er værd at bemærke, at Konnect Kommunikation ikke peger på nogen mangel på kvalificeret arbejdskraft – hvilket understøtter en formodning om, at Bornholm har en særlig tiltrækningskraft på personer, der arbejder indenfor ”de kreative” områder.

Bilag 1: Vækst på Bornholm - begrundet idékatalog

De følgende afsnit indeholder et begrundet idékatalog for indsatser, som kan fremme den erhvervsmæssige udvikling på Bornholm. Det begrundede idékatalog bygger på informationer og forslag fra de virksomheder, som har indgået i undersøgelsen, på informationer og forslag fra 4 vigtige erhvervsfremmeaktører på Bornholm, på konsulenternes gennemgang af eksisterende analyser mv. af situationen på Bornholm, og på konsulenternes egne diskussioner og vurderinger. Det begrundede idékatalog udgjorde grundlaget for diskussionerne på det midlertidige Vækstforums prioriteringsseminar den 20. februar 2006.

Politisk sammenhængs- og handlekraft

Det politiske klima vigtigt for erhvervsudvikling

En dynamisk regional erhvervsudvikling afhænger naturligvis af de private virksomheders egne beslutninger og virksomhedernes udvikling. Men virksomhedernes rammebetingelser er lige så vigtige.

Her er det af stor betydning, at den offentlige erhvervsfremmeindsats er velkoordineret, baseret på et stærkt vidensgrundlag og en sammenhængende strategi, og at der kan sættes handling bag ordene, dvs. træffes og gennemføres de nødvendige beslutninger om den konkrete erhvervsfremmeindsats.

Svag politisk sammenhængskraft før kommunesammenlægningen

Bornholm har her efter vores vurdering traditionelt ikke haft det bedste udgangspunkt. Øen har været karakteriseret ved politiske stridigheder mellem mange lokalinteresser, på bekostning af det overordnede hensyn til hele øens udvikling. Selv om der i tidens løb er taget flere initiativer for en samlet indsats på øen, har den regionale erhvervsfremme derfor ikke generelt været styret og koordineret med afsæt i en samlet udviklingsstrategi.

Regionskommunen og Vækstforum Bornholm er en unik chance

Med skabelsen af Bornholms Regionskommune og med dannelsen af Vækstforum Bornholm har øen fået en unik mulighed for at skabe et stærkere afsæt for en samlet udvikling af Bornholm. De to aktører vil tilsammen kunne skabe den koordinerede indsats, som kan stimulere ny udvikling på øen. Vækstforum Bornholm er desuden en nyskabelse, hvor politikere, erhvervsfolk og aktører indenfor uddannelse og forskning er samlet i ét forum.

Bred forståelse af Vækstforummets opgaver vil være hensigtsmæssig

Vækstforum Bornholm bør efter vores vurdering på den baggrund forstå sin opgave bredt. Ikke alene kan Vækstforum Bornholm foreslå prioriteringen af anvendelsen af midler fra EUs Strukturfonde. Vækstforummet kan også fungere som en politisk kraft, der ud fra et ønske om udvikling på det samlede Bornholm formulerer visioner, fremlægger forslag og presser på for deres gennemførelse, uanset om det er andre instanser, som skal træffe den endelige beslutning.

Bred inddragelse kan styrke Vækstforummets rolle

Hvis Vækstforummet skal tale med så stor vægt som muligt, kræver det efter vores vurdering en høj grad af involvering af offentligheden og øens virksomheder. En involverende metode vil også styrke Vækstforummets muligheder for at blive det sted, hvor der træffes beslutning om midlerne fra EUs Landdistriktsprogram for Bornholm, hvilket yderligere kan styrke den samlede koordinering af udviklingsindsatsen på øen.

Det kommende Landdistriktsprogram skal principielt styres af lokale aktionsgrupper, på samme måde som LEADER-programmet i den nuværende programperiode styres af en lokal aktionsgruppe. Vækstforummets mulighed for at få indflydelse på anvendelsen af Landdistriktsprogrammets midler vil øges, hvis forummet så vidt muligt søger at tilpasse sig tankegangen i Landdistriktsprogrammet, dvs. aktiv involvering af de lokale udviklingskræfter.

Ansvar for udførelsen af Vækstforummets strategi bør samles

En række offentlige og halvoffentlige institutioner og organisationer arbejder i dag med erhvervsfremme i det bornholmske erhvervsliv. Bornholms Regionskommune, Bornholms Erhvervscenter, Bornholms Erhvervsfond, Destination Bornholm, Center for Regional og Turisemeforskning, Bornholms Erhvervsskole, Bornholms Akademi og AF Bornholm er alle i større eller mindre grad involveret i dette arbejde.

I forbindelse med etablering af det permanente Vækstforum er der behov for, at den offentlige erhvervsfremmeindsats (også den praktiske implementering) bliver bedre koordineret og at der arbejdes på at skabe synergi imellem de forskellige indsatser. Det er her vores vurdering, at der vil være både praktiske og faglige fordele ved at placere en række institutioner og organisationer, som arbejder med erhvervsfremme på Bornholm under ét tag, evt. at fusionere visse enheder eller skabe en fælles udviklings.

Den daglige og uformelle kontakt mellem de forskellige erhvervsfremmeaktører vil således dels fremme udveksling af information og koordinering, dels vil en samling af aktørerne under ét tag skabe et mere stimulerende og idérigt fagligt miljø, til gavn for den samlede indsats.

Forslag

Vækstforum Bornholm kan overveje, om de følgende overordnede målsætninger og konkrete indsatser er relevante for at styrke den politiske sammenhængs- og handlekraft på øen:

Overordnede mål

- Vækstforum Bornholm vil styrke erhvervsudviklingen på øen ved at fremlægge visioner, strategier og konkrete forslag og invitere til et bredt samarbejde om deres gennemførelse.

- Vækstforum Bornholm vil løbende inddrage øens borgere og virksomheder i debatten om udvikling og gennemførelse af den regionale udviklingsstrategi.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for den bedst mulige organisering og koordinering af indsatsen for erhvervsudvikling på øen.

Mulige konkrete indsatser: Strategi og inddragelse

- Vækstforum Bornholm vil udvikle en bred og samlet langsigtet strategi for erhvervsmæssig udvikling af Bornholm. Den brede offentlighed vil få mulighed for at debattere og formulere forslag til strategien.
- Offentlighedens inddragelse i strategiformuleringen kan f.eks. ske igennem en offentlig, tv-transmitteret høringsproces. En offentlig høringsproces kan også bidrage til at skabe den gejst, det engagement og den vilje til udvikling, som vi oplever mangler i en del af øens virksomheder.
- Vækstforum Bornholm vil etablere et formaliseret samarbejde med relevante elektroniske medier og dagblade om information og kommunikation om Vækstforummets arbejde.
- Vækstforum Bornholm vil jævnligt fremlægge analyser, evalueringer, anbefalinger mm. som følger op på strategiens gennemførelse, og formulere forslag til nye indsatser. Derigennem vil Vækstforum Bornholm skabe en stadig høj opmærksomhed omkring regional udvikling.

Mulige konkrete indsatser: Organisering og koordinering

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at blive det forum, hvorigennem midlerne fra EUs Landdistriktsprogram administreres fra og med 2007. Såfremt dette ikke er muligt, vil Vækstforum Bornholm arbejde for den tættest mulige koordinering af udviklingsindsatsen indenfor Landdistriktsprogrammet og den øvrige indsats, blandt andet ved at formulere forslag til overordnede retningslinier for den offentlige medfinansiering af Landdistriktsprogrammet.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at den bornholmske erhvervsfremmeindsats placeres under ét tag for at styrke koordination, samarbejde og synergi på tværs af de forskellige indsatsområder. Konkret betyder det, at forummet vil arbejde for, at Bornholms Erhvervscenter, Bornholms Erhvervsfond, Center for Regional og Turismeforskning, Sekretariatet for Vækstforum Bornholm, Destination Bornholm og evt. andre relevante institutioner (f.eks. de virksomhedsrettede aktiviteter under Bornholms Erhvervsskole) placeres i samme bygning, og at mulighederne for at fusionere enheder eller placere flere enheder i en fælles udviklingsorganisation undersøges.

Trafikal tilgængelighed

Tilgængelighed er afgørende

Der er stor enighed blandt de interviewede om, at tilgængeligheden til øen er et afgørende forhold. Tilgængeligheden i form af gode og hyppige, og så vidt muligt også billige, færgeforbindelser understreges af næsten alle par-

ter. Vigtigst er den dog for turisterhvervet, hvor omsætning og beskæftigelse afhænger direkte af, hvor mange turister der besøger øen.

Utilfredshed med trafikforliget

Samtidig er der en udbredt utilfredshed med det trafikforlig, som Folketinget vedtog i 2002 og som trådte i kraft i maj 2005. Utilfredsheden er mest udpræget i turisterhvervet, hvor det understreges, at kapaciteten har vist sig at være for lav i højsæsonen på ruten Ystad – Rønne. Der er også utilfredshed med omlægningen af den traditionelle natforbindelse mellem Rønne og København og med betjeningen af det tyske marked (Rønne – Sassnitz).

Det vurderes blandt virksomheder og erhvervsfremmeaktører, at kapacitetsbegrænsningerne har haft direkte negativ konsekvens for antallet af besøgende turister, og dermed også for omsætning og beskæftigelse indenfor turisterhvervet.

Ny organisering af færgebetjeningen af Bornholm

Trafikforliget fra 2002 om færgebetjeningen af Bornholm indebærer, at betjeningen fra 1. maj 2005 varetages af Bornholmstrafikken A/S på grundlag af en kontrakt mellem trafikskabet og Trafikstyrelsen. Kontrakten betyder et årligt tilskud til den samfundsbegrundede færgebetjening af Bornholm på ca. 130 mio. kr. om året. Fra 1. maj 2005 driver Bornholmstrafikken A/S herefter

- ruten Rønne - Ystad (sæsontilpasset sejlads med hurtigfærge, sejltid 1 t 15 min.)
- ruten Rønne – Køge (betjenes af to nyindkøbte RoPax-færger som natsejlads, sejltid 6 t. 30 min.)
- ruten Rønne – Sassnitz (betjenes af RoPax-færger, sejltid 3 t. 30 min.)

Den næste kontrakt for færgebetjeningen af Bornholm skal efter planen indgås i 2010. Kontrakten mellem Trafikstyrelsen og Bornholmstrafikken kan opsiges til ethvert tidspunkt såfremt parterne måtte blive enige om det.

Ruten Rønne – Køge er stærkt tabsgivende og leverer utidssvarende produkt

Natfærgeforbindelsen mellem Køge og Rønne er efter vores oplysninger pt. stærkt tabsgivende og passagertallet er kraftigt vigende. Allerede i 2004 stod Ystad-Rønne- ruten for 87 % af Bornholmstrafikkens persontransport og 88 % af personbiltransport.¹⁸ I 2005 er tilbagegangen i person- og biltransport fra Rønne til Køge fortsat og 91 % af passagerne benytter nu Ystad – Rønne ruten. Samtidig er det vores vurdering, støttet af udsagn fra såvel en erhvervsfremmeaktør som Bornholmstrafikken selv, at ruten Rønne – Køge ikke er et konkurrencedygtigt produkt i forhold til passagertrafikken. Bornholmstrafikken forventer selv, at passagerantallet på Køge-ruten over en årrække vil stabilisere sig på omkring 50-60.000 passagerer, mod 119.000 passagerer i 2005. Efterspørgslen efter fleksibel og hurtig transport

¹⁸ Bornholmstrafikken, Årsrapport 2004.

er voksende, efterspørgslen efter langsomme og omstændelige transportformer er vigende.

En omlægning af færgebetjeningen er både påkrævet og mulig

Set fra Bornholms side ville det selvfølgelig være ønskværdigt, om staten ville overføre ekstra økonomiske midler til den bornholmske færgebetjening. Dette er dog ikke særligt sandsynligt og derfor må man i starten fokusere på muligheden for forbedringer inden for de nuværende økonomiske rammer.

Her er det *rent teknisk* muligt at foretage nogle ændringer i den nuværende sejlplan. Bornholmstrafikken foreslår således at betjene Køge – Rønne med én færge fremover, og sætte den frigjorte færge ind på Ystad - Rønne. Hvorvidt det *juridisk* er muligt at foretage disse omlægninger uden krav om et nyt EU-udbud, er et åbent spørgsmål, men muligheden kan ikke afskrives på forhånd.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag i forbindelse med den trafikale tilgængelighed til og fra Bornholm:

Overordnet mål om bedre tilgængelighed

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at tilgængeligheden til øen bliver forbedret. Forbedret tilgængelighed indebærer hurtige og fleksible transportmuligheder til og fra øen, med så lave omkostninger for brugerne som muligt.

Effektiv anvendelse af offentlig støtte til tilgængelighed

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at de offentlige tilskud til færgebetjeningen af øen anvendes, så de giver den bedst mulige tilgængelighed for pengene.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for hyppige og billige flyforbindelser fra Rønne til København.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for etablering af flyforbindelser fra Bornholm til flere storbyer i turistsæsonen, f.eks. Stockholm, Berlin og London.

Effektive og billige fragtruter

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for effektive og billige fragtruter til det øvrige Danmark, Tyskland, Polen og Sverige.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der er konkurrence på fragtmarkedet og for lige konkurrencevilkår for udbyderne af fragtransport.

Mulige konkrete indsatser

- Vækstforum Bornholm vil arbejde på så hurtigt som muligt at opprioritere færgebetjeningen mellem Rønne og Ystad. Midlerne hertil kan findes ved at nedprioritere, evt. nedlægge, passagertransporten mellem Rønne og Køge.

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at fjerne de administrative hindringer, som hæmmer transit-trafikken fra Sjælland over Sverige til Bornholm.
- Vækstforum Bornholm vil undersøge mulighederne for at billiggøre flytransporten til og fra øen. Hvis færgebetjeningen af øen kan billiggøres ved nedprioritering af ruten Rønne – Køge, kan en del af midlerne måske kanaliseres over i nedsatte lufthavnsafgifter, direkte billettilskud eller andre former for billiggørelse? Alternativt kan det undersøges, om der er andre midler, som med fordel kunne anvendes på at billiggøre flybetjeningen.
- Vækstforum Bornholm vil undersøge, om markedet for fragtbetjening af Bornholm er præget af ulige konkurrencevilkår. Dette gælder både for færgetransport og vognmandstransport. Hvis det er tilfældet, vil Vækstforum Bornholm undersøge mulighederne og komme med forslag til sikring af lige konkurrencevilkår.

Overordnet markedsføring af Bornholm

Styrket markedsføring af Bornholm i de senere år

Der er i løbet af de senere år sket en styrkelse af den koordinerede markedsføring af Bornholm. Det er først og fremmest tilfældet på turismeområdet, hvor Destination Bornholm har styrket en fælles markedsføring af Bornholm som turistdestination. På fødevarerområdet var ansættelsen af en fødevarerambassadør et væsentligt initiativ, som efter vores oplysninger har skabt mærkbare resultater.

Potentiale i stærkere og mere systematisk branding af øen

Bornholm har allerede et godt image og et stærkt brand som turistdestination. Imidlertid er der efter vores vurdering et potentiale i en yderligere styrkelse af markedsføringen af øen, rettet ikke blot imod turisme og promovering af fødevarer, men også imod at tiltrække kvalificeret arbejdskraft og nye grupper af tilflyttere mere generelt, samt potentielle investorer og iværksættere.

Der har tidligere været igangsat en tilflytterkampagne, men kampagnen har ikke været særligt højt profileret. Der findes ingen samlet branding-strategi for Bornholm, og mulighederne for at fremme en stærkere branding er til stede.

Kommunikationsvirksomheden Konnect i Nexø har i den forbindelse udviklet en idé om Bornholm som ”kreativ ø”, og peger samtidig på, at denne virksomhed – i modsætning til så mange andre – ikke har haft problemer med at tiltrække kvalificeret arbejdskraft. Bornholm har en særlig tiltrækningskraft på personer, der kan gøre brug af øens naturværdier og geografiske isolation som en resurse i deres arbejdsliv.

Potentiale i en yderligere styrkelse af markedsføringen af øen som turistmål

Repræsentanter for Destination Bornholm peger på, at der er et stort turistpotentiale, som kunne udnyttes bedre gennem mere effektiv markedsføring. Det svenske marked kunne opdyrkes langt mere gennem strategiske markedsføringstiltag. Der er også nye markeder i Polen og det østlige Tyskland samt i Finland. Fjernere destinationer som London og Paris har også potentiale. Der er også et stort potentiale i at tage nye former for markedsføring i brug, f.eks. product placements i form af optagelse af film/ TV på øen eller lignende.

Det er vores samlede vurdering, at Destination Bornholm har betydet et tydeligt markedsføringsmæssigt løft af øens turistbranche, og at et stærkere offentlig engagement i initiativet (Destination Bornholm modtager pt. kr. 800.000 i årlig støtte fra Bornholms regionskommune) sandsynligvis vil være en effektiv anvendelse af midler. En stærkere markedsføringsindsats fra Destination Bornholm kan næppe opnås uden et højere offentligt bidrag.

En erhvervsambassadør for Bornholm

En idé om en erhvervsambassadør for Bornholm har været fremme i debatten om øens udvikling, og alle de interviewede virksomheder og erhvervsfremmeaktører er blevet bedt om deres holdning til idéen i vores undersøgelse.

Tanken er, at en ambassadør effektivt skulle kunne markedsføre øens virksomheder i ind- og udland, medvirke til at tiltrække nye investeringer og lignende. De gode erfaringer med en fødevareambassadør for Bornholm har sandsynligvis inspireret idéen. En anden udlægning af idéen om en erhvervsambassadør er, at ambassadøren skal være erhvervslivets repræsentant overfor de offentlige myndigheder på øen.

Blandt virksomhederne og erhvervsfremmeaktørerne i vores undersøgelse er der kun meget begrænset støtte til idéen om en erhvervsambassadør. Det fremhæves, at én person ikke kan repræsentere et helt erhvervsliv, og at "erhverv" i modsætning til "fødevarer" ikke en bestemt type produkt, som kan markedsføres målrettet. De forskellige funktioner, som kunne ligge i en "erhvervsambassadør" (støtte til markedsføring, "branding", eksportstøtte, tiltag for at tiltrække nye investering, sikring af god sagsbehandling i det offentlige mv.) er der mere udbredt støtte til, men funktionerne hverken kan eller bør varetages af én enkelt person.

- vil næppe være en effektiv anvendelse af Vækstforummets midler

Det er vores vurdering, at ansættelse af en erhvervsambassadør for Bornholm næppe vil være en effektiv anvendelse af de regionale erhvervsfremmemidler. I stedet bør de funktioner, som kunne ligge hos en erhvervsambassadør, varetages i kraft af den samlede indsats for erhvervsudvikling på Bornholm.

Forslag om målrettet indsats for at styrke afsætning og eksport

Samtidig vil vi dog fremhæve, at flere virksomheder peger på et behov for konkret bistand i forbindelse med afsætning og eksport. I fødevarerektoren er det således blevet nævnt, at distribution og her især samarbejdet med grossister er et område, hvor der er behov for ekstern bistand. Der nævnes også et behov for bistand til eksportudvikling, som går ud over den støtte, der kan fås gennem ordningerne under Danmarks Eksportråd: Svaneke Bryghus foreslår person, der kan tage hånd om eksportsatsningen *ude i den enkelte virksomhed*, og som fungerer indtil eksporten er igangsat (en slags ”eksportchef til leje”-ordning).

En turistambassadør kan overvejes

Hvis man vil bygge videre på de positive erfaringer med en fødevarerambassadør kan det desuden overvejes, om en turistambassadør for Bornholm kunne være en god idé. En turistambassadør vil – i modsætning til en erhvervsambassadør – kun skulle markedsføre en bestemt gruppe produkter og ydelser. Hvorvidt en turistambassadør vil være en mere effektiv anvendelse af regionale erhvervsfremmemidler end f.eks. en øget støtte til Destination Bornholm er dog et åbent spørgsmål, som også i høj grad vil afhænge af, om der kan findes en person med de rigtige egenskaber til rollen.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag i forbindelse med den overordnede markedsføring og branding af øen:

Overordnet

- Vækstforum Bornholm vil stille sig i spidsen for udviklingen af en overordnet strategi for branding og markedsføring af øen som et godt sted at bo, drive virksomhed og holde ferie.

Mulige konkrete indsatser: Overordnet branding

- Under Vækstforum Bornholm vil nedsætte en arbejdsgruppe, der med bistand fra relevante eksperter vil komme med oplæg til, hvordan Bornholm skal brandes, dvs. hvilke værdier branding skal bygge på, hvilke målgrupper branding skal rette sig imod, og hvilke redskaber som skal tages i brug for at slå brandet fast i målgruppernes bevidsthed. For at skabe opmærksomhed, energi og gejst kan oplægget evt. inddrages i offentlige høringer eller lignende.
- Vækstforum Bornholm vil tilskynde til, at såvel offentlige myndigheder og virksomheder som private virksomheder gør brug af materialer udformet i forbindelse med branding-strategien, i jobannoncer, på hjemmesider, i annoncer og hvor det ellers kan være relevant. Der kan evt. ydes et markedsføringstilskud til visse former for markedsføring, som gennemføres i overensstemmelse med branding-strategien.
- Vækstforum Bornholm kunne uddele en årlig ”BrandingBornholm”-pris, til den offentlige eller private virksomhed, som på den bedste måde har bidraget til den overordnede branding af Bornholm overfor omverdenen.

Mulige indsatser: Målrettet markedsføring og støtte til salg / eksport

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for en videreførelse af ordningen med en ”fødevareambassadør” for Bornholm.
- Vækstforum Bornholm vil, indenfor rammerne af den relevante lovgivning, søge at etablere en ordening for eksportudvikling, hvor eksperter i praktisk eksportudvikling kan fungere som udviklingsmedarbejder mht. eksportudvikling i en afgrænset periode i virksomheder, som ønsker at satse på eksportvækst. Deltagende virksomheder bør bidrage med en egenbetaling af en hvis størrelse.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der gennemføres temamøder / netværksmøder om afsætning og samarbejde med grossister. Temamøderne vil være målrettet små og mellemstore virksomheder i fødevarerektoren.
- Vækstforum Bornholm vil støtte videreførelsen og styrkelsen af markedsføringsinitiativet *Destination Bornholm*. På baggrund af den turiststrategi, Vækstforum Bornholm i øjeblikket udarbejder, kan Destination Bornholm udforme et oplæg til en flerårig handlingsplan og budget herfor, som kan diskuteres med Vækstforummet.
- Vækstforum Bornholm vil undersøge, om der er grundlag for at ansætte en ”turistambassadør for Bornholm”. Destination Bornholm vil blive inddraget i denne undersøgelse.

Offentlig sagsbehandling mv. om erhvervsudvikling

På grundlag af udsagn fra såvel flere erhvervsfremmeaktører som virksomheder er det vores vurdering, at den offentlige forvaltning på Bornholm ikke fungerer optimalt, når målet er at fremme erhvervsmæssig udvikling. Tre forhold kan særligt fremhæves: Dels den interne administrative koordinering i forbindelse med godkendelse af byggeprojekter eller andre former for godkendelse. Dels rammerne for erhvervsmæssig udvikling i kommune- og lokalplanlægning. Endelig kan det være en mulighed, at den regionale offentlige afgiftspolitik kan gøres mere erhvervsvenlig.

Behov for bedre administrativ koordinering

Ifølge vores oplysninger fra erhvervsfremmeaktører og flere virksomheder er det almindeligt forekommende, at virksomheder skal igennem flere instanser for at opnå de nødvendige godkendelser og / eller at mange forskellige instanser sidder med ved møder, som omhandler forholdsvis simple godkendelser.

Øget udviklingsorientering i kommune- og lokalplanlægning

Flere af de parter, vi har interviewet, peger på, at der er en udbredt konservatisme i lokal- og regionalplaner, som ikke fremmer erhvervsudviklingen. Oplevelsen er, at hensynet til erhvervsudvikling er relativt lavt placeret i forhold til andre hensyn, såsom bevarelse af særlige havne- eller bymiljøer eller beskyttelse af særlige naturværdier.

Det spørgsmål, som rejses, er om bevaringshensynet i visse tilfælde overdrives, så lokal- og regionalplaner i højere grad sigter imod at *bevare* end imod at *udvikle* Bornholm.

En erhvervsvenlig afgiftspolitik

Både blandt erhvervsfremmeaktører og virksomheder er det blevet nævnt, at det offentlige kan fremme erhvervsudviklingen på Bornholm ved så vidt det overhovedet er muligt at sørge for lempelige afgiftsforhold for erhvervslivet. Særligt er det blevet nævnt af en større virksomhed, at man på Bornholm betaler en relativt høj pris for vand og for afledning af vand. Dette er en byrde, som vejer tungt i dele af fødevarersektoren, og som man kunne overveje at lempe.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag i forbindelse med den offentlige sagsbehandling om erhvervsudvikling:

Overordnet

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at lokal- og regionalplaner skaber de bedst mulige rammer for erhvervsmæssig udvikling, herunder for tiltrækning af nye virksomheder, nye beboere og flere turister.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at den offentlige sagsbehandling og afgiftspolitik er så lempelig som muligt for erhvervslivet.

Mulige konkrete indsatser

- Vækstforum Bornholm vil sammen med Bornholms Regionskommune og evt. relevante interessenter og/eller eksperter gennemgå regionalplanlægningen for Bornholm for at undersøge, om der kunne være uudnyttede muligheder for ny erhvervsmæssig aktivitet eller ny bosætning.
- Vækstforum Bornholm vil sammen med Bornholms Regionskommune gennemgå de vigtigste lokalplaner for at identificere områder, hvor der kunne åbnes nye muligheder for erhvervsaktivitet eller bosætning.
- Vækstforum Bornholm vil sammen med Bornholms Regionskommune tage initiativ til, at der etableres et enkelt, brugervenligt sagsforløb for virksomheder, som søger om byggetilladelser, tilladelser i forbindelse med udvidelser af produktionen mv. Ideelt set bør en virksomhed kun skulle henvende sig ét sted én gang for at få de nødvendige tilladelser – eller afslag, dvs. en ”one-stop-shop”-model.
- Vækstforum Bornholm vil sammen med Bornholms Regionskommune tage initiativ til, at alle kommunale og regionale afgifter, som berører erhvervslivet, og som kan påvirkes på regionalt plan, bliver gennemgået, og mulighederne for nedsættelser af relevante afgifter bliver drøftet. Det skal her tages i betragtning, at den kommunale forsyningsvirksomhed er underlagt Forsyningsloven og at kommunal forsyningsvirksomhed derfor økonomisk skal hvile i sig selv, ligesom der er snævre grænser for krydssubsidiering mellem forskellige grupper af brugere af forsyningsvirksomheden.

Offentlig indkøbspolitik

Ord og handling stemmer ikke altid overens

Blandt de erhvervsfremmeaktører, vi har interviewet, er den offentlige indkøbspolitik blevet nævnt som et muligt indsatsområde. Det fremhæves, at mens politikere og offentlige myndigheder ofte opfordrer til, at borgere og virksomheder bør købe bornholmske produkter og ydelser, så er den offentlige indkøbspolitik ikke i særlig grad rettet imod lokale producenter.

I den forbindelse er det i vores interviewrunde blevet nævnt, at den offentlige indkøbspolitik bør tilrettelægges, så den i højere grad skaber muligheder for lokale producenter, samtidig med at gældende bestemmelser om konkurrence og statsstøtte mv. naturligvis skal overholdes.

Mange bornholmske virksomheder er i forvejen beskyttede

Vækstforum Bornholm bør dog her tage i betragtning, at Bornholms ø-status betyder, at Bornholmske virksomheder indenfor en række sektorer og brancher i forvejen lever en relativt beskyttet tilværelse: Ligesom der er praktiske hindringer for bornholmske virksomheders adgang til markeder uden for øen, er det alt andet lige vanskeligt for virksomheder uden for øen at vinde markedsandele her.

Vores interview blandt virksomhederne har i den forbindelse peget på, at bornholmske virksomheder ikke altid er konkurrencedygtige i det øvrige Danmark eller på udenlandske markeder.

Ø-protektionisme vil ikke styrke virksomhedernes konkurrenceevne

En ø-protektionistisk politik vil øge denne beskyttelse yderligere, f.eks. ved at garantere lokale virksomheder en vis omsætning, uanset produkters og ydelsers pris, kvalitet mv.

Al erfaring peger på, at resultatet vil blive en yderligere svækkelse af virksomhedernes konkurrenceevne, i takt med at det ydre pres på virksomhedernes effektivitet, kvalitet mm. mindskes. Det langsigtede resultat vil derfor blive en svækkelse, ikke en styrkelse, af den bornholmske erhvervsudvikling.

Juridiske problemer ved en beskyttende indkøbspolitik

Licitationslovgivningen sætter desuden snævre grænser for kommunes mulighed for at tilgodese lokale virksomheder ved indkøb, der er omfattet af licitationsreglerne.

Forslag

- Vækstforum Bornholm kan overveje, om der skal formuleres og gennemføres en offentlig indkøbspolitik, der kan tilgodese lokale virksomheder. Det som kommunen kan gøre, er at udbyde de offentlige indkøb i så små "blokke", at det bliver muligt for også mindre virksomheder at afgive tilbud.

Menneskelige resurser

Både national og international forskning peger på, at menneskelige resurser, altså arbejdskraftens kvalifikationer og kompetencer, er en meget vigtig faktor for økonomisk og erhvervmæssig udvikling.

Det bornholmske uddannelsesniveau er relativt lavt

Med hensyn til menneskelige resurser placerer øen sig godt i forhold til andre yderområder, når man ser på den erhvervserfaring, såvel arbejdsstyrken som tilflyttere til øen har, og gennemsnitligt i forhold til andre yderområder, når man ser på arbejdskraftens uddannelsesniveau.¹⁹ Set i forhold til landsgennemsnittet er det bornholmske uddannelsesniveau dog lavt.

Rammebetingelser for menneskelige resurser: Både stærke og svage sider

Blandt de vigtigste rammebetingelser for menneskelige resurser er antallet af uddannelsespladser, regionens generelle attraktivitet som bosætningssted, og regionens tilgængelighed. I den nylige analyse på baggrund af den regionale konkurrenceevnemodel fremhæves det, at Bornholm i forhold til andre yderområder har relativt høj generel attraktivitet, men at tilgængeligheden er en vigtig svaghed.

Mangel på kvalificeret arbejdskraft en vigtig faktor

Mangel på kvalificeret arbejdskraft er et forhold, som understreges af hovedparten af de interviewede virksomheder og aktører, på tværs af de fleste erhvervmæssige klynger.

Flere række virksomheder indenfor byggeri- og maskin/teknik-klyngen peger på, at de egentlig har mulighed for at ansætte flere, men at der ikke findes arbejdskraft med de rigtige kvalifikationer på øen. Også virksomheder indenfor transport- og logistikområdet peger på arbejdskraft med videregående uddannelser som en barriere for vækst. Maskin- og teknikområdet hæmmes efter vores vurdering også af mangel på arbejdskraft med de rette tekniske kvalifikationer. På internet-området er det også blevet påpeget, at beskæftigelsen kunne være højere, men at der mangler arbejdskraft med de rigtige uddannelsesmæssige forudsætninger.

Uudnyttede muligheder for at tiltrække kvalificeret arbejdskraft

Samtidig er det vores vurdering, at langt fra alle virksomheder gør en indsats for at finde kvalificeret arbejdskraft udenfor Bornholm.

Det er i den forbindelse vigtigt, at et fast arbejde i Danmark efter al sandsynlighed vil være en meget attraktiv mulighed for store grupper af mennesker i de nye EU medlemsstater, som har en erhvervsuddannelse eller en videregående uddannelse. Det må f.eks. antages at gælde for Polen og de baltiske lande.

¹⁹ Copenhagen Economics, *Udgangspunktet for vækst på Bornholm*, november 2005.

Der er nogle barrierer, der skal overvindes, før veluddannet arbejdskraft fra f.eks. Polen kan bidrage til bornholmske virksomheders vækst og udvikling, først og fremmest sproget. Men disse barrierer er efter vores vurdering ikke større end at Vækstforum Bornholm kan medvirke til at overvinde dem.

Udbredt behov for udvikling af ledelseskompetencer

På tværs af klynger, og understøttet af flere erhvervsfremmeaktørers udsagn, er det en udbredt vurdering blandt virksomhederne, at der er behov for udvikling af de ledelsesmæssige kompetencer i virksomhederne.

- Der efterspørges bedre muligheder for at indgå i netværk med relevante virksomheder, herunder gerne virksomheder uden for øen.
- Behovet for mentor-ordninger og andre former for sparring med direkte relevans for den enkelte virksomhed nævnes hyppigt.
- En satsning på kompetencegivende uddannelse af virksomhedsledere nævnes af en erhvervsfremmeaktør som en oplagt mulighed, særligt med fokus på turismeerhvervet. Erhvervsfremmeaktørens vurdering er, at uddannelse af ledere desuden vil øge virksomhedsledernes vilje til at investere i efter- /videreuddannelse af deres medarbejdere.

Gode sprogkundskaber er en mangelvare

Vores interviewrunde med bornholmske virksomheder peger på, at relevante sprogkundskaber ofte er en mangelvare, både hos medarbejdere og ledelse. Et udækket behov for kendskab til polsk af flere virksomheder. Polsk kundskaber er relevante både i forhold til polske turister eller polske ansatte og i forhold til Polen som eksportmarked. Bedre engelsk- og tyskkundskaber blandt ansatte og ledere nævnes også som et indsatsområde.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag i forbindelse udviklingen af de menneskelige resurser på øen:

Overordnet

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at højne det generelle uddannelsesniveau på øen.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at virksomhederne øger deres efter- og videreuddannelsesindsats.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at tiltrække flere personer med relevante videregående uddannelser til øen.

Mulige konkrete indsatsområder: Kompetenceudvikling

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der gennemføres en kampagne, som skal informere private virksomheder på øen om de uddannelsesmuligheder, som pt. er til rådighed for såvel ledere som medarbejdere.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at der etableres gunstige økonomiske rammebetingelser for virksomheder, som ønsker at give deres ledere en relevant kompetencegivende uddannelse. Gunstige økonomiske

rammebetingelse kunne f.eks. tage form af ordninger, der støtter transportomkostninger ifm. deltagelse i uddannelse i København eller andre steder uden for Bornholm. Gunstige muligheder vil blive markedsført så direkte og så effektivt som muligt overfor øens virksomheder.

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der skabes lederudviklingsprogrammer, som er målrettet behovene indenfor de vigtigste erhvervsmæssige områder på Bornholm. Udviklingsprogrammerne kan evt. udvikles i et samarbejde med Bornholms Erhvervscenter og Bornholms Erhvervsskole. Programmerne vil blive tilpasset virksomhedernes praktiske behov. De kan skabe muligheder for dannelse af virksomhedsnetværk og mentorordninger. De kan involvere forløb med relevante eksperter indenfor det enkelte erhvervsområde. Programmerne vil blive markedsført aggressivt overfor de relevante virksomheder.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at udbuddet af efter- og videreuddannelse på øen gennemgås i samarbejde med repræsentanter for erhvervslivet, og at der - hvis gennemgangen peger på et behov - udvikles uddannelsesstilbud, som i højere grad er målrettet imod virksomhedernes behov.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der udbydes intensive kurser i erhvervssprog, herunder erhvervspolsk, tilpasset virksomhedernes behov, og at kursusudbuddet markedsføres effektivt overfor øens virksomheder. Flere virksomheder peger på behov for polsk-kundskaber, dels i forbindelse med polsk turisme, dels i forbindelse med Polen som eksportmarked. Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til en direkte og målrettet markedsføring af tilbuddene til relevante virksomheder.
- Vækstforum vil arbejde for at sikre, at der er relevante sprogkurser til rådighed for den udenlandske arbejdskraft, som eventuelt kommer til øen i de kommende år.
- Vækstforum Bornholm vil lægge vægt på, at mulighederne for fjernundervisning udnyttes hvor det er relevant, og på at udnytte den ekspertise i fjernundervisning, der over en årrække er opbygget på Bornholms Akademi. Hvis der er behov herfor, vil Vækstforum Bornholm tage initiativ til at styrke infrastrukturen for fjernundervisning, f.eks. ved at støtte udbygningen af faciliteter for videokonferencer eller lignende, som kan anvendes af relevante kursusudbydere og virksomheder.

Mulige konkrete indsatsområder: Tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at bornholmske virksomheder i højere grad annoncerer efter kvalificeret arbejdskraft i det øvrige Danmark. Dels vil Vækstforummet arbejde for at bearbejde virksomhedernes holdninger på dette område. Dels vil Vækstforummet arbejde for, at der etableres gunstige økonomiske rammebetingelser for bornholmske virksomheder, der annoncerer efter arbejdskraft i det øvrige Danmark.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til en målrettet kampagne på Sjælland rettet mod de mest efterspurgte grupper af medarbejdere. Kampagnen kan f.eks. føres i relevante fagblade. Kampagnen kan un-

derstøtte branding af Bornholm som et f.eks. et godt, smuk, billigt sted at bo og arbejde.

- Ved at afholde informationsmøder, hvor virksomheder fortæller om deres erfaringer med at rekruttere arbejdskraft i de nye medlemslande, vil Vækstforum Bornholm fremme, at bornholmske virksomheder tiltrækker velkvalificeret arbejdskraft fra f.eks. Polen og de baltiske lande.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der skabes kontakter til relevante aktører i Polen, som kan formidle veluddannet arbejdskraft til øen. Initiativet kan evt. gennemføres i samarbejde med AF Bornholm.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at understøtte bornholmske virksomheders annoncering efter relevant arbejdskraft i nye EU-medlemsstater, f.eks. Polen eller de baltiske lande. Støtten kan tage form af støtte til at etablere de relevante kontakter eller ordninger, hvor der kan gives rådgivning eller anden støtte til udformning af annoncer, indenfor lovgivningens rammer.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der udbydes effektive kurser i dansk og engelsk til kvalificeret arbejdskraft fra de nye EU-medlemsstater, som ønsker at arbejde på øen.
- Vækstforum vil i samarbejde med Bornholms Regionskommune arbejde for, at der ved gennemgangen af kommunal- og lokalplanlægning skabes nye muligheder for opførelse af tidssvarende og attraktive boliger på øen, som kan gøre det lettere at tiltrække den rette arbejdskraft.

Innovation

Innovation er et bredt begreb, som kan dække over mange forskellige former for udvikling. Ifølge én definition er innovation ”mennesker, der skaber værdi ved at realisere nye idéer”.²⁰ Denne definition har den fordel, at den dækker både den innovation, som foregår når avanceret forskning og videnskab spiller ind på virksomhedernes konkurrenceevne, og den innovation, som sker når virksomhedens medarbejdere får nye idéer i den daglige drift, når kunder og brugere skaber impulser til nyudvikling og flere andre former for innovation.

Innovationen er praktisk orienteret på Bornholm

Vores besøgsrunde blandt bornholmske virksomheder peger på, at mange virksomheder i høj grad arbejder innovativt, dvs. med at udnytte idéer til at skabe udvikling og værdi.

Samtidig er det helt klart, at det bornholmske erhvervsliv kun i meget ringe grad bygger på forskning og avancerede udviklingsprojekter for at udvikle sig. Innovation på Bornholm betyder noget andet end i ”Medicon Valley” eller for den sags skyld i Aalborgs mobil-klynge eller software-klyngen i Århus.

²⁰ Tom Kelley, *The Ten Faces of Innovation*, New York: Doubleday 2005.

Innovation på Bornholm er drevet af priskonkurrence, af kundebehov og af først og fremmest virksomhedslederens evne og vilje til at udvikle deres virksomheder på den baggrund. Virksomhedernes tid og ressource har i den forbindelse vist sig at være en væsentlig barriere for innovation og udvikling i de bornholmske virksomheder.

Innovation bør fremmes på bornholmske vilkår

Brobygning mellem videnscentre og virksomheder har været meget omtalt i de senere år, som et effektivt redskab til at fremme innovation og regional udvikling. En nylig evaluering dokumenterer, at regionale udviklingsprojekter med brobygning har større effekt end andre typer af projekter.²¹

Det er dog vores vurdering, at langt de fleste bornholmske virksomheder vil kunne have gavn af kontakter, samarbejde mv. med ”vidensinstitutioner”. Men for bornholmske virksomheder vil de relevante vidensinstitutioner ofte være ”praktiske eksperter” med konkret erfaring i operationelle tekniske løsninger, produktudvikling, distribution, markedsføring, mv. end f.eks. forskningsinstitutioner. ”Praktiske eksperter” vil f.eks. ofte være erfarne medarbejdere i andre, samarbejdende virksomheder. Dette bør tages i betragtning, når Vækstforummet udformer en eventuel indsats til støtte for innovation.

En ”isbryderordning” for samarbejde mellem virksomheder og forskning?

Samtidig vil vi dog nævne, at det ofte kan være en holdningsbarriere og mangel på viden, som stiller sig i vejen for samarbejde mellem bornholmske virksomheder og relevante forskningsinstitutioner som f.eks. Danmarks Tekniske Universitet eller Landbohøjskolen. Der kan være gode perspektiver i at afprøve, om sådanne barrierer kan nedbrydes, f.eks. gennem en slags ”isbryderordning” for virksomheders samarbejde med forskningsinstitutioner.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag i forbindelse med udviklingen af innovative miljøer på øen:

Overordnet

- Vækstforum Bornholm vil understøtte virksomhedernes adgang til relevant og opdateret viden, herunder:
- Vækstforum Bornholm vil fremme brobygning mellem relevante videnscentre og bornholmske virksomheder, på virksomhedernes præmisser.
- Vækstforum Bornholm vil understøtte virksomhederne i at anvende informationer og idéer fra kunder og medarbejdere til udvikling af nye forretningsmodeller, produkter, services mv.

²¹ Teknologisk Institut, *Evaluering af det danske Mål 2 program. Opfølgning på midtvejsevaluering*, 2005.

- Vækstforum Bornholm vil understøtte etableringen af virksomhedsnetværk og andre former for samarbejde, der kan fremme det innovative arbejde i bornholmske virksomheder.

Mulige konkrete indsatsområder

- Vækstforum Bornholm vil evaluere de brobygningsaktiviteter, som i øjeblikket er i gang på Bornholm.²² Vækstforum Bornholm vil også indsamle informationer og evalueringer om brobygningsaktiviteter i andre dele af landet, evt. besøge udvalgte initiativer.²³ På den baggrund vil forummet vurdere, om der skal tages initiativ til nye brobygningsinitiativer målrettet bornholmske virksomheders behov, eller om eksisterende initiativer skal støttes af Vækstforummet. Én mulighed, der kan undersøges, er erfaringer med tiltag, som skaber nye forbindelse mellem praktisk orienterede virksomheder og forskningsinstitutioner som f.eks. Danmarks Tekniske Universitet og Landbohøjskolen.²⁴
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ, at der afholdes netværksmøder om innovation: Evt. med støtte fra eksterne konsulenter vil forummet identificere lokale eller relevante nationale virksomheder, som har haft særlig succes med at omsætte kunde- eller medarbejderimpulser til innovative produkter eller processer. Disse virksomheder vil præsentere deres erfaringer på netværksmøder, hvor deltagerkredsen sammensættes, så deltagerne så vidt muligt ikke kommer fra konkurrerende virksomheder.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der afholdes højt profilede inspirationsmøder for bornholmske virksomheder, rettet imod den enkelte branche eller klynger. Repræsentanter for førende virksomheder indenfor den enkelte klynge vil her dokumentere succesfuld innovation med konkrete resultater.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til, at der etableres en pulje af innovationskonsulenter indenfor hver af de vigtigste erhvervs-klynger. Innovationskonsulenterne skal – ved at arbejde en periode ude i den enkelte virksomhed – hjælpe virksomhederne med at tænke innovativt, formulere udviklingsprojekter og drive på gennemførelsen af projekterne. Innovationskonsulenterne skal kunne komme fra hele landet. Der bør være en egenbetaling for de deltagende virksomheder. Puljen af innovationskonsulenter bør sammensættes i et samarbejde mellem virksomhederne, de relevante erhvervsfremmeaktører på Bornholm og eventuelt uafhængige brancheeksperter. Det bør sikres, at det er de bedste og mest

²² Vi kender til i hvert fald tre Bornholmske initiativer, som kan betegnes som brobygning: *Bornholms Akademi*, en netværks- og udviklingsenhed for de videregående uddannelser på øen, som også fungerer som ”brobygger” til uddannelser i det øvrige Danmark; ”*Vækst via Brobygning*”, et initiativ der gennemføres i samarbejde mellem Bornholms Erhvervsskole og Teknologisk Institut; og ”*Netværket Grøn Erhvervsudvikling*”, som er et tilbud til de bornholmske virksomheder om at få assistance til indføring af miljøstyring, udarbejdet miljø- og energikortlægning og handlingsplaner til indsatsområder.

²³ F.eks. initiativet Råhavegård på Lolland.

²⁴ Der kan være inspiration at hente i *Viden flytter ud*-programmet og de aktiviteter, som det har afstedkommet. Programmet gennemføres af Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling. Bornholms Regionskommune og en række partnere har inden for rammerne af programmet for nylig søgt om at få tildelt et Regionalt Teknologicenter for Bornholm.

relevante personer, der udpeges, uanset deres tilhørsforhold til Bornholm.

Informations- og kommunikationsteknologi

I den regionale konkurrenceevnemodel indgår informations- og kommunikationsteknologi som én af de fire overordnede vækst-faktorer. Forskningsresultater peger således på, at en stor del af den økonomiske vækst i de forløbne ca. 10 år skyldes store stigninger i produktiviteten, både indenfor IKT-sektoren selv og i de virksomheder, hvor IKT anvendes på den bedst mulige måde.

Internettet udnyttes aktivt i mange forbindelser

Der er i de senere år gjort et stort arbejde på at styrke anvendelsen af internettet på Bornholm, både i markedsføring overfor turister og f.eks. i forbindelse med service til borgere og virksomheder. Turistbranchens internetportal www.bornholm.info blev således i 2005 kåret som den bedste turisportal i Danmark, og under portalen er der udviklet en særlig portal for cykelturisme, www.cykel.bornholm.info, som også har høstet anerkendelse. Under programmet "Digitalt Bornholm" er der desuden sat gang i mange lovende projekter. Den borger- og virksomhedsrettede net-portal www.bornholm.dk er ikke så udbygget som sammenlignelige portaler i andre dele af landet. Et igangværende projekt, www.bornholm.biz, sigter dog imod at udvikle en erhvervsportal under bornholm.dk, mens andre dele af projekter blandt andet retter sig imod at styrke virksomheders og organisationers brug af nye digitale services.

Bornholmske virksomheder er praktiske brugere af IKT

Ser vi på de bornholmske virksomheder, så er de interviewede virksomheder som hovedregel praktiske brugere af IKT, men anvendelse af IKT indgår ikke som et væsentligt konkurrenceparameter for dem.

Virksomhederne udnytter med andre ord IKT i den daglige drift, hvor der er umiddelbare fordele ved det, f.eks. i forbindelse med administration, økonomistyring og overordnet information/markedsføring gennem hjemmesider. Men meget få af de interviewede virksomheder har satset strategisk på IKT, hvad enten det så er indenfor produktion, salg, markedsføring, distribution eller andre områder, hvor IKT kunne spille en væsentlig rolle.

Det er vores vurdering, at bornholmske virksomheder med fordel kunne gøre større brug af internettet. Hovedparten – men ikke alle - af de virksomheder, vi har besøgt, har etableret en hjemmeside, men der er ikke altid tale om hjemmesider, som udnytter internettets muligheder i forhold til brugere eller kunder.

Vurdering: ringe kendskab til potentielle muligheder

Det er vores vurdering, at den forholdsvis beskedne anvendelse af IKT i virksomhederne i nogen grad skyldes et begrænset kendskab til de potentielle

le muligheder. Anvendelsen af IKT i de bornholmske virksomheder vil derfor sandsynligvis kunne fremmes gennem målrettet rådgivning på dette felt.

Øget anvendelse af IKT kan fremme innovation

Udviklingen af anvendelsen af IKT i bornholmske virksomheder kan ses i sammenhæng med indsatsen for at styrke innovationen. De muligheder, som ligger i IKT, kan være fødselshjælpere for forskellige former for innovation, f.eks. i forbindelse med markedsføring, kundekontakt og business-to-business relationer, i forbindelse med selve frembringelsen af virksomhedens produkter og service i forbindelse med produkterne, eller i forbindelse med distribution/levering af produkter.

Uopdyrket potentiale indenfor skræddersyede internet-ydelser

TV2 Bornholms internetafdeling har påtaget sig en række opgaver indenfor programmering af hjemmesider, ikke fordi virksomheden har noget ønske om at vokse på dette område, men blandt andet fordi virksomheden har kunnet levere en vare, som tilsyneladende ikke har kunnet leveres af andre på Bornholm.

Ledelsen af afdelingen vurderer, at der måske er potentiale for 5-8 virksomheder på Bornholm af samme type som TV2/internet, der udvikler skræddersyede web-løsninger. Pt. er der på øen kun firmaer, der udbyder standardløsninger, som ofte ender med at blive dyrere end de løsninger, der er skræddersyede efter konkrete behov.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag i forbindelse udviklingen af bornholmske virksomheders anvendelse af IKT:

Overordnet

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for at øge bornholmske virksomheders anvendelse af IKT, på måder som kan styrke virksomhedernes konkurrenceevne.

Mulige konkrete indsatser

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at der etableres en pulje, som indenfor en nærmere bestemt ramme kan finansiere uafhængig vurdering og rådgivning af virksomheder i forbindelse med deres anvendelse af IKT.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til at tiltrække iværksættere indenfor IT-sektoren. En mulighed kan være – i samarbejde med Bornholms Erhvervscenter og Bornholms Erhvervsfond – at sammensætte en særlig ”iværksætterpakke for IT-iværksættere”, bestående af gunstige finansieringsvilkår, tilbud om gunstige fysiske rammer, tilbud om målrettet rådgivning og at markedsføre pakken i relevante brancheorganisationers blade, fagblade mv.
- Alternativt eller som supplement kan Vækstforum Bornholm tage initiativ til at diskutere udviklingsmuligheder for TV2/internet med TV2

Bornholm, f.eks. etablering af et særligt datterselskab under TV2 Bornholm, som skal kunne udvikle sig på kommercielle vilkår.

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ, at der afholdes netværksmøder om anvendelse af IKT: Evt. med støtte fra eksterne konsulenter vil forummet identificere lokale eller nationale virksomheder, som har haft succes med at anvende IKT på nye måder og/eller i nye sammenhæng. Disse virksomheder vil præsentere deres erfaringer på netværksmøder, hvor deltagerkredsen sammensættes, så deltagerne så vidt muligt ikke kommer fra konkurrerende virksomheder.

Iværksætteri

Bornholm har gjort en indsats for iværksættere

På baggrund af vores interview med virksomheder og erhvervsfremmeaktører er det vores vurdering, at Bornholm har gjort en indsats for iværksættere, som er på linie med indsatsen i mange andre regioner i Danmark. Bornholms Erhvervscenter tilbyder iværksætterrådgivning om udvikling af forretningsplaner mv., blandt andet ved hjælp af redskaber udviklet af Erhvervs- og Byggestyrelsen, ligesom der ved hjælp af blandt andet støtte fra EUs strukturfondsmidler er etableret et iværksætternetværk på øen.

- men indsatsen har ikke været så udfarende

Samtidig er det dog vores vurdering, at iværksætterindsatsen har været reaktiv, ikke pro-aktiv. Det er vores vurdering, at mere og andet kunne gøres for at øge interessen for at starte egen virksomhed på Bornholm, hvis det prioriteres af Vækstforum Bornholm.

Ligeledes er det vores vurdering, at dele af den nuværende iværksætterrådgivning med fordel kunne ændres, så den bliver mere orienteret imod praktisk udvikling af nystartede eller unge virksomheder på øen. Flere virksomheder peger således på et behov for rådgivning og støtte fra personer, som selv har stor erfaring med opstart og udvikling af selvstændig virksomhed.

Forslag

Vækstforum Bornholm bør overveje de følgende prioriteringer og forslag for at fremme iværksætteri på øen:

Overordnet

- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at flere vælger at starte egen virksomhed.
- Vækstforum Bornholm vil arbejde for, at den offentlige indsats for at støtte iværksættere, øges og gøres mere udfarende og effektiv.

Mulige konkrete indsatser

- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til at udvikle en handlingsplan for iværksætteri på øen. I iværksætterhandlingsplanen kan indgå ét eller flere af de følgende elementer:

- Vækstforum Bornholm vil invitere Bornholms Erhvervscenter til at præsentere sin nuværende støtte til iværksættere på Bornholm, samt til at komme med forslag overfor Vækstforum Bornholm til en styrkelse af indsatsen.
- Vækstforum vil – evt. i samarbejde med TV2/Bornholm – gennemføre en offentlig høring, hvor muligheder og redskaber for at øge antallet af iværksættere vil blive diskuteret.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til en årlig iværksætterdag blandt unge på de bornholmske ungdomsuddannelser, hvor der skal sættes fokus på mulighederne i at starte egen virksomhed. Succesfulde iværksættere fra Bornholm og det øvrige Danmark kan inviteres til at holde oplæg og give inspiration.
- Vækstforum Bornholm vil tage initiativ til at danne et ”mentornetværk”, bestående af virksomhedsledere fra veletablerede bornholmske virksomheder. Mentorerne kan fungere som rådgivere for personer, der starter ny virksomhed. Vækstforum Bornholm vil arbejde for gunstige økonomiske rammebetingelser, så nye virksomheder i nærmere bestemt omfang kan trække på rådgivning fra sådanne mentorer. Vækstforummet kan vælge at prioritere iværksætterstøtte indenfor særlige områder, f.eks. oplevelsesøkonomi eller fødevarerforædling.
- Som nævnt ovenfor: Vækstforum Bornholm kan søsætte et særligt initiativ for at tiltrække iværksættere indenfor IT-sektoren. Der kan sammensættes en særlig ”iværksætterpakke for IT-iværksættere”, bestående af gunstige finansieringsvilkår, tilbud om gunstige fysiske rammer, tilbud om målrettet rådgivning og pakken kan markedsføres i relevante brancheorganisationers blade, fagblade mv. i hele Danmark.
- Vækstforum Bornholm kan sætte fokus på iværksætterpotentialer blandt lønmodtagere i eksisterende virksomheder. Det kan f.eks. ske ved en postal kampagne rettet imod lønmodtagere indenfor udvalgte brancher, ved at invitere lønmodtagere i udvalgte brancher til orienteringsmøder, hvor succesfulde iværksættere f.eks. kan fortælle deres historie, eller ved at udforme særlige tilbud om iværksætterrådgivning rettet i lønmodtagere indenfor udvalgte brancher.

Bilag 2: Liste over deltagende virksomheder / institutioner

Klynge / type	Virksomhed
Turisme	Hotel Friheden A/S
	Sannes FamilieCamping
	BornholmTours
	Middelhavet Rundt
	Action Tours
	Natur Bornholm
Fødevarerfremstilling	BornPoultry A/S
	Svaneke Bryghus
	Danish Crown
	Den Bornholmske Spritfabrik
	Lehnsgård Rapsolie
	Nordbornholms Røgeri ApS
Maskiner og teknik	NORFO A/S
	TN Maskinværksted Rønne ApS
	Tejn Smedeforretning
	Brdr. Madsen A/S
	KK Titan Svejs
	Østbornholms Kutterservice ApS
Bygge og Anlæg	PL Entreprise A/S
	Jens Møller A/S
	Lobbæk Byggeforretning
	Elcenter ApS
	PH Byg ApS
	Hasle Industries A/S
Transport og Logistik	Ejv. Hansens Eff.(Bornholmsruten A/S)
	Cimber Air A/S
	Christiansøfarten ApS
	Bornholmstrafikken A/S
	Bech-Hansen & Studsgaard
	TV2 Bornholm
Medier og kommunikation	Konnect Kommunikation ApS
	Bornholms Erhvervscenter
Erhvervsfremmeaktører	Bornholms Erhvervsskole
	Destination Bornholm
	Fødevarerudviklingscentret